



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**El Engagement y la Competitividad Empresarial en la UGEL N° 03
– Nor Oeste, Trujillo, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

García Castillo, Shirley Noeli (ORCID: 0000-0002-1632-8567)

ASESOR:

Mg. Díaz Torres William Ricardo (ORCID: 0000-0003-2204-6635)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA — PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi amado esposo Juan Benites, él fue quién me guio y apoyó en la construcción de mi vida profesional; a mis hijos que son motivo de superación permanente

Agradecimiento

Agradecida con la Universidad porque me dio la oportunidad de realizar este trabajo de investigación y cumplir con mi formación profesional. También con mi familia por su apoyo incondicional en todo este proceso. Asimismo, al asesor Díaz Torres William Ricardo, por su guía en todo el proceso de la investigación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	35
3.1 Tipo y diseño de investigación	35
3.2 Variables y operacionalización:.....	36
3.3 Población, muestra y muestreo.....	36
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.5 Procedimientos	37
3.6 Método de análisis de datos.....	37
3.7 Aspectos éticos	37
IV. RESULTADOS	38
V. DISCUSIÓN.....	46
VI. CONCLUSIONES.....	52
VII. RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS	56

Índice de tablas

Tabla 1 Teoría X & Teoría Y: diferentes concepciones de la naturaleza humana	15
Tabla 2 Correlación de Spearman entre Engagement y Liderazgo en costos en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.....	42
Tabla 3 Correlación de Spearman entre Engagement y Diferenciación en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.....	43
Tabla 4 Correlación de Spearman entre Engagement y Segmento o enfoque en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.....	43
Tabla 5 Correlación de Spearman entre Engagement y Competitividad Empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.	44

Índice de figuras

Figura 1: Pirámide de Maslow	13
Figura 2: Factores de satisfacción y factores de insatisfacción	15
Figura 3 Teoría de las necesidades de David McClelland	17
Figura 4 Modelo del engagement de Simpson, (2009)	19
Figura 5 Modelo de lo factores del engagement.....	20
Figura 6 Modelo condiciones psicológicas del engagement.....	21
Figura 7 Modelo del engagement de Schaufeli, et a. (2001)	22
Figura 8 obtención y formas de la ganancia	26
Figura 9 Modelo de competitividad empresarial	30
Figura 10 Modelo de niveles de análisis de la competitividad empresarial.....	31
Figura 11 Modelo de la competitividad según Porter, (2008).	32
Figura 12 Descripción del nivel de Engagement según encuestados en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)	38
Figura 13 Descripción del nivel de Engagement según indicadores en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)	38
Figura 14 Descripción del nivel de Engagement según dimensiones en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)	39
Figura 15 Describir el nivel de competitividad empresarial, según encuestados en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal).....	40
Figura 16 Descripción del nivel de competitividad empresarial, según indicadores en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal).....	40
Figura 17 Descripción del nivel de Engagement según dimensiones en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)	41

Resumen

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general determinar la relación entre el Engagement y la Competitividad Empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022. El diseño fue no experimental, descriptivo- correlacional, de tipo básico. Para la recolección de información, se ha utilizado la encuesta aplicada a 60 trabajadores. Para los resultados, se aplicó la estadística descriptiva e inferencial (coeficiente de correlación Rho de Spearman), nos muestra la existencia de una relación positiva y un nivel moderado entre las variables de estudio, es decir, dan a conocer que la práctica del engagement en la UGEL N° 03 -Noroeste, Trujillo influye significativamente en la competitividad empresarial de la entidad. Se concluye: existe una relación significativa moderada entre el Engagement y la Competitividad Empresarial, los trabajadores que alcanzan los niveles moderados, evidencian en sus labores cotidianas: dedicación, vigor, permitiéndoles ser más proactivos, eficientes, responsables y con una atención de calidad.

Palabras clave: *Engagement, competitividad empresarial, liderazgo en costos, diferenciación, segmentación o enfoque*

Abstract

The general objective of this research work was to determine the relationship between Engagement and Business Competitiveness in UGEL N° 03 - Nor Oeste, Trujillo, 2022. The design was non-experimental, descriptive-correlational, of a basic type. For the collection of information, the survey applied to 60 workers has been used. For the results, descriptive and inferential statistics (Spearman's Rho correlation coefficient) were applied, showing us the existence of a positive relationship and a moderate level between the study variables, that is, they reveal that the practice of engagement in UGEL No. 03 -Noroeste, Trujillo significantly influences the business competitiveness of the entity. It is concluded: there is a moderate significant relationship between Engagement and Business Competitiveness, workers who reach moderate levels show in their daily work: dedication, vigor, allowing them to be more proactive, efficient, responsible and with quality care.

Keywords: *Engagement, business competitiveness, cost leadership, differentiation, segmentation or focus.*

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos, el engagement, se ha convertido en una de las características más importantes que deben desarrollar los agentes dentro de una empresa para convertirla en competitiva. A mayor compromiso, mejores resultados y beneficios. En este marco, (Mertens, 1977), expresa: los agentes que laboran en las empresas e instituciones poseen competencias, capacidades y habilidades para desempeñarse en un puesto de trabajo eficazmente. Asimismo, Chiavenato (citado en Martínez, 2005), las personas constituyen el capital intelectual de las organizaciones, estas deben tratar a sus miembros como socios del negocio y no como simples empleados. Todos estos recursos deben gestionarse de la mejor manera, con el propósito de satisfacer los requerimientos de las empresas y los sectores, siguiendo el principio de prioridad (Luciano, et al., 2021).

Las personas necesitan ser valoradas y reconocidas dentro de su centro de labores, ellos se consideran parte importante de la organización. El buen o maltrato que reciben, se pone de manifiesto en el nivel de compromiso y dedicación con la entidad, haciendo que esta sea cada día más competitiva. Es por ello que, este trabajo de investigación, está orientado a conocer que tan comprometidos se encuentran los trabajadores de la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo y si ese compromiso influye de manera negativa o positiva en la competitividad de la misma.

Según Ongel (2014) concluye que, el elemento más relevante de las empresas lo constituye el capital humano; este es decisivo para lograr los propósitos y objetivos que se persiguen. Sin colaboradores, es muy difícil que se puedan fortalecer las organizaciones.

Una investigación llevada a cabo por The Engagement Institute puso en evidencia que la carencia de colaboradores engaged asumen costos que van entre \$450 y \$550 mil millones cada año en las empresas Norteamericanas (BMA Group, 2019)

Así también, el estudio llevado a cabo por Consulting G. (2013), obtuvo datos de 22 países del continente Latinoamericano; de los cuales, los trabajadores engaged solamente simbolizan un 21% y, en el Perú, solo el 17%. Así también, los

empleados no comprometidos en sus tareas aumentan en un 62%, generando, de esta manera, escaso rendimiento, deficiencia y poca productividad.

En el Perú se resalta que el 87% de los líderes de Recursos Humanos consideran que la ausencia de compromiso de los trabajadores es la principal problemática de las empresas en el país (Gestón, 2015, p.1). Tolic (2019), afirma que los efectos de contar con empleados no comprometidos son: bajos ingresos, generación de un espacio poco atractivo, baja productividad y falta de identificación con la organización, permitiendo que poco a poco sea menos competitiva.

Así también, en una investigación llevada a cabo por Schaufeli y Salanova (2007), proponen un concepto sobre el constructo Engagement, el cual hace referencia al desempeño apropiado de los trabajadores, dando un reconocimiento de vital relevancia al desarrollo de la motivación, involucramiento, responsabilidad y proactividad con la institución.

A su vez, Vazquez, et al. (2015), sostienen, utilizando un lenguaje más común al referirse al Engagement, como el grado en que las organizaciones logran concentrar tanto el corazón, el pensamiento y las habilidades de cada uno de sus trabajadores.

Por otro lado, Expansión (2016), manifiesta: una empresa para ser competitiva tiene que desarrollar variadas estrategias en la que resalta un factor determinante: el compromiso de los empleados en su labor cotidiana, ayudando de esa manera a cumplir las metas, propósitos y objetivos de la organización. La competitividad de las empresas se realiza cuando sus trabajadores se comprometen emocionalmente con la organización.

Flores (2017), acuña la idea de que la competitividad es una cualidad conseguida a través de un proceso, un negocio que pretende ser de éxito no podrá conseguirlo con facilidad. Es decir, una organización llega a ser competente cuando va reuniendo ciertas características: eficiencia, claridad, innovación, sustentabilidad y compromiso mostrado por los empleados. Estas harán posible la solidez y así, gradualmente, se podrán conseguir los beneficios.

En la misma línea, Rubio y Baz (2015), expresan que la competitividad de una entidad está dependiente de sus estructuras internas propias, de su organización y capacidad de producción para que pueda aumentar sus ingresos, sus ventas, y sacarle ventajas a su competencia en variados aspectos. Esto pone de manifiesto que, para lograr ser competente una empresa, debe iniciar por la sistematización de sus procesos operativos y definición de la capacidad de producción, infraestructura y la totalidad de elementos que conforman la estructura interna. Una vez identificados, facilita el diseño e implementación de políticas institucionales que favorezcan el entorno laboral en la organización, para hacerla más competitiva.

Esta investigación, que tiene por finalidad determinar la relación existente entre el engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022, se respalda en el estudio de Montoya y Silva (2019), quienes expresan que en la UGEL N°03 – Nor Oeste - Trujillo existen problemas de engagement en los trabajadores: estos no introducen la energía suficiente en su labor, hay poca persistencia, desisten ante alguna falencia, se percibe poco entusiasmo, su trabajo no les inspira a desenvolverse con eficiencia, el tiempo en su lugar de trabajo se prolonga a gran escala, poniendo en evidencia la débil conexión con la institución.

Toda esta realidad descrita, permite formular el siguiente **problema** de investigación: ¿Qué relación existe entre el Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022?

Asimismo, encontramos los **problemas específicos**: ¿Cuál sería el nivel de Engagement?, ¿Cuál sería el nivel de competitividad empresarial?, ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial)?, ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial)?, ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a segmentación o enfoque (competitividad empresarial)?, ¿Cuál sería la contrastación de hipótesis de relación de Engagement y la competitividad empresarial?.

También, en este trabajo se plantea como **objetivo general**: Determinar la relación del engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Además, se propone los **objetivos específicos**: Describir el nivel del Engagement, Describir el nivel de competitividad empresarial, Establecer el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial), Determinar el nivel de Engagement en relación a la diferenciación (competitividad empresarial), Calcular el nivel de Engagement en relación a segmentación o enfoque (competitividad empresarial), Contrastar la hipótesis de relación del Engagement y competitividad empresarial.

De esta manera, para dar respuesta al problema general se propone la **hipótesis**: Existe relación significativa entre el Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Así como también, se da posibles **respuestas específicas**: El nivel de Engagement, es alta, El nivel de competitividad empresarial, es alta, Existe relación significativa entre el Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial), Existe relación significativa entre el Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial), Existe relación significativa entre el Engagement en relación a segmentación o enfoque (competitividad empresarial), La contratación de la hipótesis de Engagement y competitividad empresarial, acreditaría su relación.

La justificación teórica que se le brinda a este trabajo de investigación es que al ser estudiado permitirá desarrollar e incrementar los conocimientos científicos en correlación a las dos variables de estudio que son engagement y competitividad empresarial, para ello se realizará el análisis de antecedentes internacionales, nacionales y locales, así como también se hará uso de fundamentos teóricos los cuales en conjunto permitirán sustentar la explicación de dichas variables.

En cuanto a la justificación práctica este trabajo de investigación tiene la finalidad de convertirse en un instrumento de información para ayudar a desarrollar el engagement en los trabajadores de la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo y hacer que esta sea competitiva en el ámbito en el que se desarrolla.

Asimismo, en cuanto a la justificación metodológica de este trabajo en cuestión permitirá crear un instrumento a partir de los procedimientos de validación de contenido; asimismo, de la confiabilidad relacionada al problema de estudio formulado.

II. MARCO TEÓRICO

Existen diversos antecedentes internacionales, nacionales y locales que dan cuenta y se relacionan con el presente trabajo de investigación, entre ellos tenemos:

Monnagaaratwe y Motatsa (2021), en su investigación titulada: “Enhancing business competitiveness of medium-sized food produce retailers through supply chain management”, artículo publicado en *Journal of Transport and Supply Chain Management*, en Sudáfrica, este estudio tuvo un método de investigación cualitativa, de diseño descriptivo, además se aplicó un programa de entrevistas para obtener los datos en mayor cantidad posible de los encuestados; asimismo, se contó con una muestra de 20 propietarios y gerentes de empresas minoristas de productos alimenticios en Mahikeng, de la provincia noroccidental de Sudáfrica. Se concluyó: que la competitividad de los minoristas se mejora a través de buenas y mejoradas relaciones proveedor / cliente, mediante un flujo sostenido y continuo de bienes y servicios.

Aliaga (2021), en su trabajo de investigación titulado: “Relación entre innovación y competitividad empresarial de la asociación de artesanos textiles de la región Puno, periodo 2019”, tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Contabilidad y Administración impartida por la Universidad Nacional del Altiplano, utilizó una metodología de diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo, método deductivo y de nivel descriptivo correlacional, aplicó una encuesta a un total de 158 organizaciones de artesanos textiles de la Región Puno, Para validar del instrumento utilizado en este trabajo se ha hecho la estimación del coeficiente Alfa de Cronbach cuyo resultado es de 0.748 cercano a 0.8, que nos permite saber el grado alto de confianza del instrumento aplicado. Se llega a la conclusión sobre la existencia de correlación positiva y débil entre las dos variables de estudio cuyo coeficiente de correlación de Spearman fue de 0.390, En consecuencia, la correlación resultó estadísticamente significativa al 1% [$p < 0.01$] aceptándose parcialmente la hipótesis general.

Horvathova y Mokrisova (2020), en su investigación titulada “Business Competitiveness, its Financial and Economic Parameters”, artículo publicado en *Montenegrin Journal of Economics*, en Eslovaquia, el enfoque original para la

evaluación de la competitividad es la aplicación del indicador EVA y el coeficiente de correlación de rangos de Spearman los que fueron puesto en escena en una muestra de 343 empresas que operan en la industria del calor eslovaca, a la conclusión a la que arribaron es que la competitividad de una organización está determinada por su salud financiera y su desempeño. Para optimizar la competitividad empresarial, las organizaciones deben enfocarse en los procesos internos e incrementar el potencial, el desempeño del negocio y la eficiencia. Asimismo, se confirmó que el indicador EVA es un insumo primordial para la evaluación de la competitividad.

Martínez y Padilla (2020), en su investigación titulada: “Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia”, artículo publicado en la Revista de Ciencia Sociales de la Universidad de Zulia en Cali – Colombia, tuvo una metodología de tipo analítica y un diseño de campo, además, se aplicó un cuestionario a los directivos y administradores de 33 centros estéticos, este fue procesado estadísticamente mediante el modelo de mínimos cuadrados. Se concluye: existe relación directa, positiva y significativa entre la innovación organizacional y la competitividad empresarial en los centros de estética cuyo público son los turistas.

Lupano y Waisman (2019), en su trabajo de investigación titulada: “Work engagement y su relación con la performance y la satisfacción laboral”; artículo publicado en la revista *Psicodebate*, en Argentina; este trabajo metodológicamente fue de tipología exploratorio, la población de estudio lo conformaba 38 trabajadores de diferentes organizaciones de Argentina; el propósito principal estuvo orientado a determinar la relación existente entre el work engagement y desempeño laboral, se concluyó: la relación es positiva entre las variables de estudio a nivel de trabajadores como en toda la empresa. Además, que las organizaciones contemporáneas se interesan más en los conceptos como el work engagement o la satisfacción laboral, los mismos que son relevantes para una buena performance personal y organizacional; hacen posible que se centren a diario en mejorar la calidad de vida de sus trabajadores.

Monje (2019), en su tesis: *The influence of structural and psychological empowerment on work engagement in service organisations*, impartido por la Universidad de Coruña en España. Tuvo una metodología cualitativa. Asimismo, obtuvo resultados los cuales indicaron: el empoderamiento estructural y psicológico desempeñaba un papel determinante en el compromiso laboral y es por ello que propusieron un modelo de compromiso con la finalidad de apoyar a las instituciones a general el compromiso en sus trabajadores. Se concluyó: el compromiso laboral practicado dentro de las empresas genera muchos beneficios como: incremento en la productividad, mayores ventas, satisfacción del cliente y empleados eficientes y satisfechos.

Paredes, Palomino y Villavicencio (2018), en la investigación cuyo título “*Engagement laboral en colaboradores de establecimientos de consumo gastronómico de Tarma*”, artículo publicado en la *Revista Científica de Ciencias Sociales y Humanidades*, en Perú, el mismo que tuvo una metodología de tipo básica, un nivel descriptivo y un diseño transversal simple, como técnica de recojo de información se utilizó la encuesta la misma que fue aplicada a una muestra no probabilística intencional de 80 trabajadores 13 pollerías del distrito de Tarma, concluyó: los empleados están parcialmente contentos con su labor actual, hasta obtener una oportunidad que le dé mejor satisfacción, consideran que estos trabajos son temporales en relación a sus proyectos, metas y objetivos de vida.

Bernasconi (2015), en su tesis *Innovación y Competitividad Empresarial*, para obtener el grado de Doctor en Gestión de Empresas, impartida por la Universidad Rovira I Virgil, estudio tiene la finalidad de indagar sobre los factores que determinan el grado de innovación empresarial, iniciando desde una visión general del proceso, con el objetivo de brindar conocimientos importantes para crear nuevas medidas de política de apoyo, basadas en la formación de una cultura que intensifique y fomente valores vinculados a la creación de nuevas empresas, para ello ha desarrollado una metodología con un enfoque cuantitativo – cualitativo con un nivel exploratorio. Se contó con una población de 423 empresas a quienes se le aplicó seis entrevistas de tipo exploratorio, se concluyó: que las empresas que

realizan mayores innovaciones en las diferentes áreas de la organización tienen mayor competitividad empresarial dentro y fuera de un país o región.

León, Méndez y Ruiz (2015), en su tesis, el engagement y su vinculación con las condiciones laborales bajo la nueva gestión pública en varias instituciones educativas colombianas, para graduarse como Magíster en Gerencia del Talento Humano, en la Universidad de Manizales en la que propuso como objetivo identificar y describir las conductas relacionadas al engagement y su vínculo con las condiciones laborales, bajo la actual gestión pública en algunas casas de estudios colombianas, su diseño es descriptivo transversal, su población la conformaron 704 docentes pertenecientes a 13 instituciones, se usó la herramienta propuesta por Blanch, Sahagún, Cantera y Cervantes en el año 2010. Se concluyó: el estudio demuestra niveles aceptables, donde los maestros colaboradores, deben realizar modificaciones positivas para hacer posible el desarrollo del engagement logrando mejoras y logros con el transcurrir del tiempo las mismas que provocarían satisfacción, fortalecimiento de experiencias que los conlleva a un crecimiento personal y profesional.

En esta misma línea, Granados (2015), en su tesis, Engagement Laboral en la dirección de gestión de talento humano de la contraloría general de la república, para obtener el título de especialista en Gestión Pública en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, en la que tiene como objetivo establecer el nivel de Engagement en los funcionarios de la dirección de Gestión del Talento Humano en la entidad, para hacer mejoras en las acciones según los resultados. La muestra estuvo conformada por 63 agentes residentes en la provincia de Bogotá D.C. El instrumento utilizado es el cuestionario Utrecht Work Engagement Scale – UWES. Se Concluyó: se mostró un nivel alto y significativo de Engagement es por ello que se genera más rendimiento y comodidad de los trabajadores.

Ongel (2014), en su trabajo de investigación titulado: “The Relationship Between Employee Engagement And Organisational Performance: Implementations of Organisations”, artículo publicado en The International Journal of Social Sciences, en la India, este artículo tiene la finalidad de examinar el vínculo entre el compromiso de los trabajadores y el desempeño organizacional. El enfoque

metodológico utilizado está adaptado a una revisión de toda la literatura de estas variables y con la comparación de los informes anuales de compañías de todo el mundo, Es decir; este artículo contiene una comparación entre la teoría y la práctica. Se concluyó: el activo más importante que poseen las compañías son los trabajadores quienes operan, crean, diseñan y hacen llegar el producto o servicio. Es por ello que se debe reconocer la fuerza laboral y desarrollar los conceptos para impulsar el desempeño tanto individual como organizacional y el compromiso personal y grupal.

Milla (2014), en su tesis: "Planteamiento de un modelo sistémico para la mejora de la competitividad de la MIPYME en México", para optar el grado de Doctora en Ciencias de la Administración impartida en la Universidad Nacional Autónoma de México, cuyo objetivo fue determinar los factores en los niveles micro, macro, meta, meso que influyen en la competitividad de la MIMYPE en Querétaro. Esta investigación tuvo una metodología de nivel descriptiva – explicativa con un diseño de tipo no experimental de corte transversal, la población está constituida por los empresarios de los principales municipios de Querétaro haciendo un porcentaje de 56,345% en relación al censo económico último realizado por INEGI, a estos se les aplicó una encuesta que utiliza la metodología Likert. Concluyó: las empresas que deseen ser competitivas en un país tienen que implementar los niveles micro, macro, meta y meso en todas sus actividades.

Torres y Díaz, 2012, en su trabajo de investigación titulado: "Compromiso Organizacional: Actitud Laboral Asertiva para la Competitividad de las Organizaciones", artículo publicado en la revista Formación Gerencial en Venezuela, este artículo orienta su objetivo principal en analizar el compromiso organizacional como Actitud laboral asertiva para la competitividad de las organizaciones. La metodología usada fue de tipo descriptiva y documental y se consideró la hermenéutica para el análisis e interpretación de datos. Se concluyó: que los elevados niveles de compromiso laboral posibilitan que se coexistan las habilidades colectivas, las ventajas sostenibles y permanentes que la empresa ha logrado, como actitudes asertivas, que le permiten a las mismas ser más competitivas. Asimismo, que las instituciones deben ampliar la gestión de la parte

emocional y asertividad de los colaboradores, a través de planes de formación, para hacer posible el compromiso con la axiología interna y externa de las empresas.

EL ENGAGEMENT

Para Schaufeli (citado en Juárez, 2015) el engagement viene a ser un estado en el que los individuos que se encuentran en un trabajo se sienten energizados, dedicados completamente a las actividades designadas, es decir, es un tipo de felicidad que está relacionado con el trabajo, por ello es calificado como algo positivo. Asimismo, Flores, et al. (2015) expresan que los colaboradores con elevado engagement se diferencian porque asumen tareas personales, son más activos, se autoretroalimentan respecto a su accionar, asumen compromiso con la excelencia, buscan nuevos retos, se someten a los valores de la empresa, son capaces de asumir las novedosas demandas de las tareas diarias participando en diferentes actividades fuera del trabajo, tienen alta energía y también, muestran una conexión energética y efectiva con su trabajo. (p. 192).

En el mismo contexto, Mohd y Nalini (2019), precisan que el engagement de los empleados es una actitud favorable de los colaboradores hacia la empresa y los valores y políticas que esta practica (p. 524). Así también, Salanova y Schaufeli, (2004) manifiestan que los colaboradores que poseen engagement se relacionan afectiva y energicamente con las labores que realizan día a día mostrándose que son capaces de hacer con total solvencia lo que le demanda su trabajo (p. 73).

Asimismo, para Agurto, et al. (2020), enfatizan que los colaboradores que poseen engagement muestran disposición para aplicar, desarrollar sus habilidades, capacidades y conocimientos en la práctica, en todo momento se encuentran con bastante energía. En la misma línea Alvarado (2012), menciona que el engagement radica en: implicación, energía y vitalidad, compromiso y eficacia en el área donde el colaborador ejecuta su labor (p.45), estas actitudes se pueden transferir de una persona a otra de forma automática y se manifiestan específicamente en las diferentes expresiones emocionales, de postura, de movimientos y faciales.

Bobadilla, et al. (2015) expresa que el engagement es la fortaleza que conlleva a los colaboradores a brindar un atrevimiento volitivo adicional un nivel

psicológico, físico y emocional en las funciones que ejecutan llevando indiscutiblemente a lograr objetivos, metas y resultados más satisfactorios.

Cabe resaltar la aseveración de Arenas y Andrade, (2013) de que el engagement es considerado como el concepto perteneciente a la Psicología Organizacional Positiva (p. 46). Asimismo, consideran que el engagement es un estado positivo de compromiso, dedicación, absorción y de satisfacción que permite a los colaboradores experimentar una sensación de conexión y de realización efectiva con las de su trabajo” (p. 46). Es decir, no es un estado pasajero, sino más bien persiste durante el tiempo de forma afectiva así como cognitiva orientada en una conducta específica del colaborador.

Por su parte Lewis, (2011), expresa que el engagement en los trabajadores es la situación anímica que se evidencia y se encuentra internamente en la persona y no en la actividad que realiza (p. 42). Por otro lado, Simpson, (2009) considera que el engagement es la articulación cognitiva, física y emocional del trabajo durante el desarrollo de sus labores. Es decir, cuando un elemento tiene engagement significa que está involucrado físicamente con su labor, cognitivamente alerta y emocionalmente apegado.

Al respecto Schaufeli y Bakker, (2003) precisan al engagement como el estado de ánimo positivo, de satisfacción, que está vinculado al trabajo, las características principales que se evidencia son el vigor, realizar las tareas con dedicación y absorber lo que se le encarga (p. 6).

Kahn, (1990) considera que el engagement radica en dejar de lado el yo personal durante el cumplimiento de las funciones. Así también, muestra que las personas tienen dimensiones de sí mismas que dadas las circunstancias necesarias, desean utilizarlas y expresarlas en el curso de las interpretaciones de roles. Poner en práctica estas dimensiones es direccionar las energías personales hacia las labores físicas, cognitivas y emocionales” (p. 700).

Teorías del engagement: se evidencian dos teorías: Teoría de la motivación y la Teoría del desempeño laboral.

Teoría de la motivación

Teoría de las necesidades básicas. Esta teoría fue creada e iniciada por Abraham Maslow en su trabajo que realizó en el año 1974. Estas necesidades se ordenan mediante una jerarquía. De tal forma que algunas son primordiales que otras, y solamente en el momento que quedaran cubiertas las básicas se podría ir ascendiendo a las otras necesidades, (Maslow, 1954). La jerarquía de estas necesidades es la siguiente:

Necesidades fisiológicas. son una de las primeras necesidades y por ende las que poseen mayor prioridad porque guardan relación con las necesidades de permanecer vivo, comer, beber, respirar, dormir, etc.

Necesidades de seguridad. Todas las personas necesitamos sentirnos estables, seguros, sin peligro, a organizar y estructurar el entorno donde nos movemos.

Necesidades de Pertenencia (Sociales). Al ser cubiertas las necesidades anteriores, nacerán las de afecto, sentido de pertenencia a un grupo social, recibir afecto de amistades y familia.

Necesidades de estima. Los seres humanos tenemos la necesidad de ser valorado, respetado y recibir la estima de las demás personas, cabe decir que se desarrollará esta necesidad si las anteriores ya fueron cubiertas

Necesidades de autorrealización. La presente necesidad se caracteriza por sacar provecho a las potencialidades de sí mismo, hacer lo que le atrae, y poder lograrlo. Tiene relación con las necesidades de estima, autonomía, autocontrol.

Figura 1: Pirámide de Maslow



Fuente: Maslow (1954)

Maslow, (1954), precisó en su teoría de la pirámide de las necesidades básicas de la persona de forma jerárquica, ubicando las más básicas en la base de la pirámide y las más importantes en la cima de la misma, a medida que las necesidades se van satisfaciendo aparecen otras superiores o mejores. En la última etapa podemos evidenciar a la autorrealización que no es más que un nivel de plena felicidad o armonía. El autor, descubrió dos necesidades más (las mismas que poseen escasas personas según él), las que denominó cognitivas:

Necesidad de conocer y entender. Está relacionada con los deseos de conocer y entender el mundo que le rodea y la naturaleza.

Necesidad de satisfacción estética. Referidas a aquellas de belleza, simetría y arte en un sentido global de la palabra.

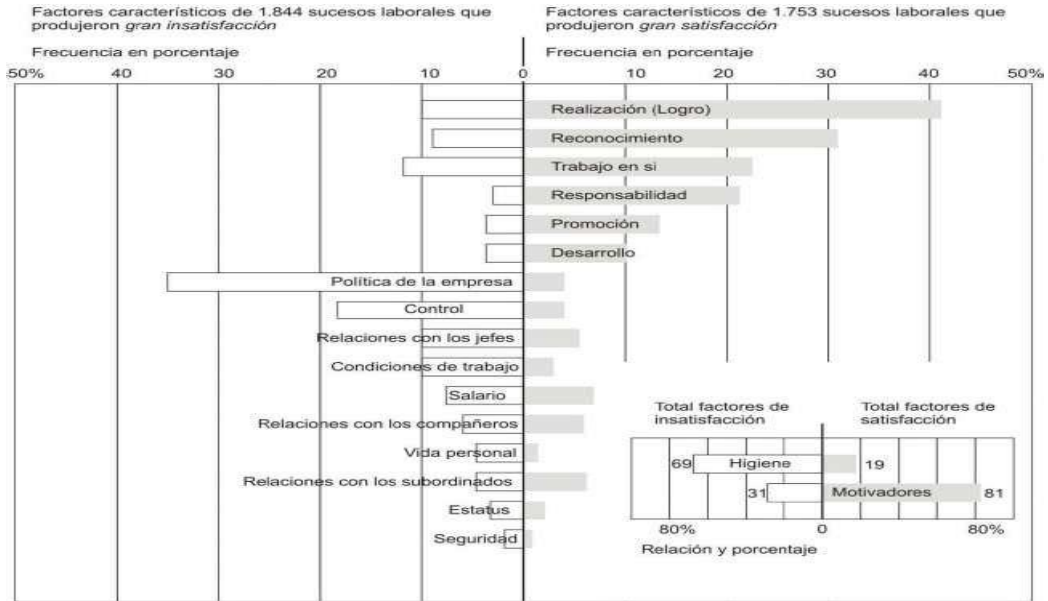
Teoría de los factores

La presente teoría plantea que, la satisfacción de las personas en su centro de labores, se encuentra en función al contenido de las actividades; la insatisfacción depende del medio como se relaciona con las personas de su entorno. Asimismo, hay que tomar en cuenta que la motivación no es estática por lo que es inevitable estar siempre alertas a la variación con la finalidad de corregir oportunamente. Dentro de esta teoría se encuentran dos tipos de factores:

Factores higiénicos o ergonómicos, los que impiden el disgusto. Estos factores se relacionan con el contexto del trabajo: el sueldo, la seguridad, el estatus, las condiciones laborales, etc.

Factores de crecimiento o motivacionales, estos factores son los que constantemente alientan. Referidos al contenido del puesto laboral como son: el reconocimiento de la actividad, la responsabilidad, su realización, la promoción, etc.

Figura 2: Factores de satisfacción y factores de insatisfacción



Fuente: Herzberg (1966)

Según la investigación de Herzberg, cuando los factores de higiene son óptimos, no permiten el descontento de los trabajadores y, cuando los factores de higiene son deficientes, provocan malestar.

Teoría de X y Teoría Y

Esta teoría fue creada por McGregor (1960), quien es uno de los personajes más influyentes en cuanto a gestión de recursos humanos. Especifica dos maneras de pensamientos en los directivos a las que llamó "Teoría X" y "Teoría Y". Son dos teorías contrarias de dirección; en una de ellas, los directivos creen que los colaboradores trabajan solamente con amenazas, en la otra teoría, los directivos se apoyan en el principio de que las personas requieren la necesidad de laborar.

Tabla 1: Teoría X & Teoría Y: diferentes concepciones de la naturaleza humana

Teoría X	Teoría Y
A las personas no le agrada laborar y hacen lo posible por no hacerlo, siempre que ello sea posible.	El trabajo puede ser una razón de satisfacción o de angustia, dependiendo de algunas condiciones.
Toda empresa tiene propósitos, lograrlo implica que se obligue, se	El control externo y las amenazas de castigo no son los únicos medios

vigile y hasta amenazar con castigos a los colaboradores que en ella laboran para que sus fortalezas estén direccionadas hacia el logro de objetivos.	para impulsar y orientar los esfuerzos. Los agentes pueden autocontrolarse y autodirigirse, si pueden ser persuadidos para hacerlo
La persona le agrada ser dirigido, en vez de ser dirigente.	Los premios en las labores están vinculadas a los compromisos admitidos.
El ser humano común es, parcialmente, poco anhelante.	La inventiva, la originalidad y el ingenio están presentes en la mayor cantidad de agentes.
Los seres humanos están interesados principalmente por su seguridad y bienestar personal	Las potencialidades cognoscitivas de las personas normales están distantes de ser usadas en plenitud.

Fuente: Chiavenato (2000) en su libro "Administración de Recursos humanos"

La teoría X se fundamenta en que los seres humanos les disgusta su trabajo, asimismo, son perezosas y lo evitan cuanto les sea posible. Por este aspecto, las personas debe estar dirigidas, controladas y amenazadas, pero por encima de todo, anhelan seguridad. Este accionar no corresponde a un efecto de la naturaleza del humano; es un efecto de la naturaleza de las empresas industriales, de su ideología, política y gestión.

Por su parte la Teoría Y se basa en que a los seres humanos les agrada el trabajo, de tal modo que para ellos es normal otras necesidades básicas de la vida. Las personas se incentivan hacia la labor que desempeñan por ello buscan responsabilidades y son inventivas, no salen de las labores porque disfrutan de él, por eso tienen autodirección y autocontrol.

Teoría de las necesidades aprendidas de McClelland

McClelland (1961), asevera que la teoría motivacional se halla reconocida en relación a los conceptos asimilados por las personas y esta muestra que muchas de estas necesidades son obtenidas de la familia y la sociedad. Considera a la motivación como una asociación entrelasada óptima; asimismo, la motivación de

los seres humanos se evidencia en perseguir el bienestar de las tres principales necesidades: poder, logro y afiliación.

Necesidad de logro: impulso, ganas de avanzar, progresar, tener éxito. Esta dimensión engloba a los seres humanos que anteponen en su vida cotidiana el éxito y el triunfo, buscan oportunidades que les permitan tener responsabilidades y no se sienten bien al obtener un logro por méritos al azar. Es el nivel donde las personas desean desarrollar más actividades arduas y retadoras. Asimismo, las personas que desarrollan esta necesidad, demandan tener éxito y requieren retroalimentación positiva frecuentemente.

Necesidad de poder: los agentes que poseen esta necesidad tienden a influir en las demás personas y se preocupan más por su influencia que por el rendimiento que en su labor. Aquellos seres con una gran necesidad de poder personal quieren dirigir e influenciar en los demás. En conclusión, esta necesidad está enfocada hacia las personas que tienen la mentalidad de conseguir que las otras tengan un comportamiento de tal forma que no sería posible si de ellos dependiera.

Necesidad de afiliación: interés por interrelacionarse. Las personas que poseen esta necesidad eligen contextos de apoyo en remplazo de protagonismo. Sus características están enfocadas en el deseo de sentirse aceptada.

Figura 3 Teoría de las necesidades de David McClelland



Fuente

<https://sites.google.com/site/liderazgoeduardofranco/unidad-i/teoria-de-motivacion-del-logro-de-mc-clelland>

Teoría del desempeño laboral

Según Klingner y Nalbaldian (2002) revelan la relación entre la motivación y la capacidad para desempeñarse, así como el vínculo entre satisfacción laboral y su desempeño. Por consiguiente, se explicitan las más relevantes.

Teoría de la equidad:

Klingner y Nalbandian (2002), afirman que el desempeño en las labores guarda relación estrecha con la percepción que posee el empleado sobre la forma como es tratado. En efecto, estas apreciaciones otorgan como respuesta la probidad, manifestaciones de querer realizar los trabajos y aptitud en su desempeño dentro de la empresa. Sin embargo, denota que la equidad y la confianza adecuada son factores trascendentales. La equidad consta de dos componentes: el desempeño y la equiparación con los demás.

Teoría de las expectativas

Vroom (1964). Afirma que esta teoría tiene su atención en los sentimientos de bienestar de los trabajadores, lo que hace posible su desempeño laboral. En este contexto, la actitud se centra en la percepción subjetiva de parte del empleado acerca de la probabilidad de que su labor consiga desempeños. Se expone tres elementos en esta teoría:

Expectativa: es la relación establecida entre atrevimiento y desempeño, que el trabajador realiza para obtener una actuación precisa.

Instrumentalidad: es el vínculo entre desempeño y recompensa, manifiesta el nivel de posibilidad estimada acerca de los efectos importantes que requieren un premio.

Valencia: Se relaciona con la trascendencia que la persona le da a la consecuencia o estímulo por el logro adquirido.

Sin duda, esta teoría hace posible entender las reacciones favorables o desfavorables en la ocupación del empleado; pues, como persona tiene expectativas y objetivos.

Teoría de la finalidad o de las metas

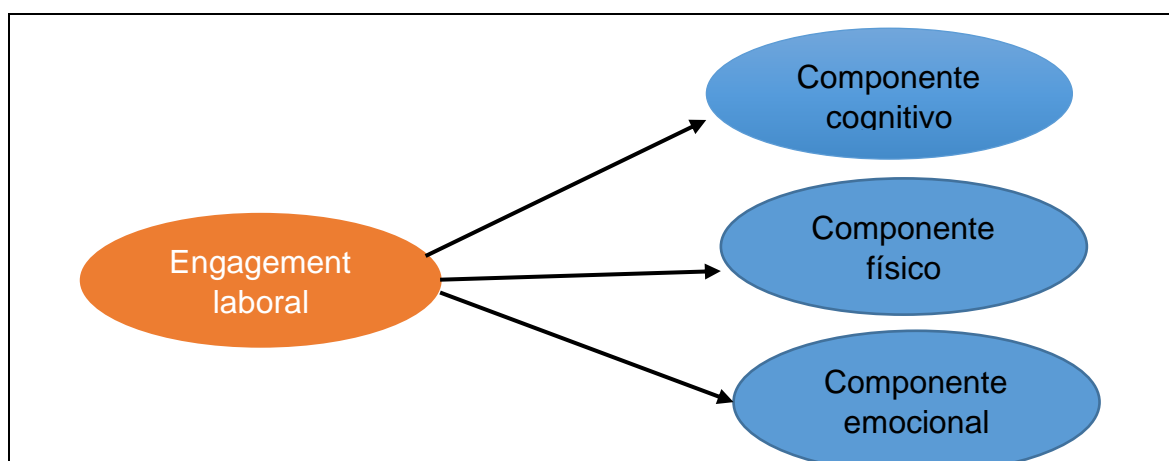
Teoría propuesta por Locke (1976), aseveró que aún prevalece un rol motivador que dificulta en las pretensiones de los empleados cuando cumplen una tarea. Es decir, los trabajadores buscan un propósito o fin mediante la labor que desempeñan. Es importante entender la meta como aquello que una persona se esfuerza por lograr (Locke, 1969, p. 89). También manifestó algunas funciones de las metas: Apuntan la atención y el accionar en la tarea, dinamizan la energía y el esfuerzo, acrecientan la persistencia, contribuyen al planteamiento de estrategias. De acuerdo a lo expuesto, los objetivos de los empleados deben ser altamente atractivos y delimitados, para que haya motivación y movilización para lograrlo. (Locke, 1976). En la teoría de las metas, la motivación asume un rol preponderante en la consecución de los fines propuestos. Estas deben ser retadoras y singulares para generar atracción para conseguirlas.

Modelos del engagement, según Simpson, (2009)

Muchos estudiosos han intentado modelar el engagement, entre ellos Simpson, (2009) manifiesta que el engagement en el centro de labores es la combinación de elementos: cognitivos, físicos y emocionales. Así se visualiza en la presente figura.

Figura4

Modelo del engagement de Simpson, (2009)



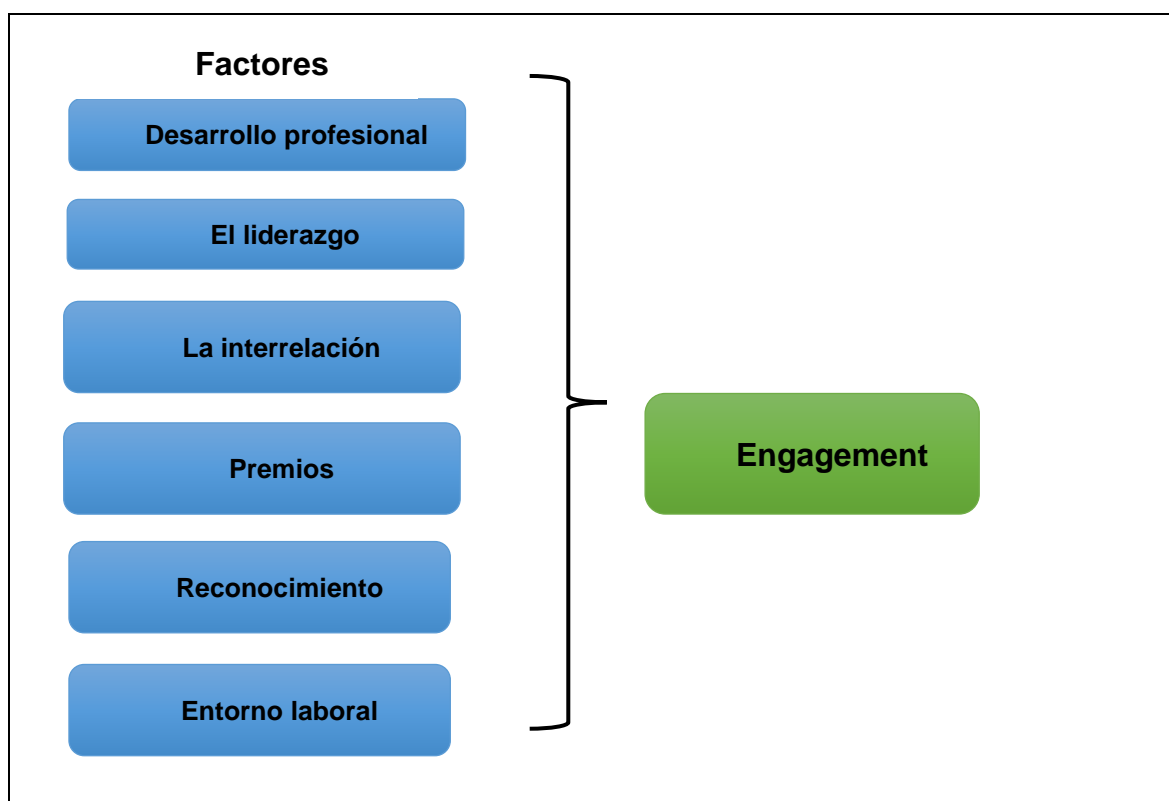
Nota. Extraído de Simpson, (2009)

El elemento físico radica en las elevadas escalas de energía, flexibilidad intelectual al ejercer su labor y aptitud para realizar un esmero extra. Por su parte, el componente cognitivo se refiere a la concentración en el trabajo estando completamente inmerso en él, a su vez percibe falencias para abandonar la labor al momento de descanso. Finalmente, el elemento emocional viene a ser la relación fuerte con la labor, esencialmente cuando el colaborador siente que su función que desempeña es relevante, y asume como un reto conseguirlo (Rothmann & Baumann, 2014) .

Modelo de los factores del engagement de Mohd y Nalini, (2019)

Mohd y Nalini, (2019), plantean que los más importantes factores que inciden en el engagement en los trabajadores son el liderazgo, el desempeño profesional, la interrelación, los premios, el reconocimiento y el entorno laboral. Así se muestra en la siguiente figura.

Figura 5
Modelo de lo factores del engagement



Nota. Extraído a partir de Mohd y Nalini, (2019)

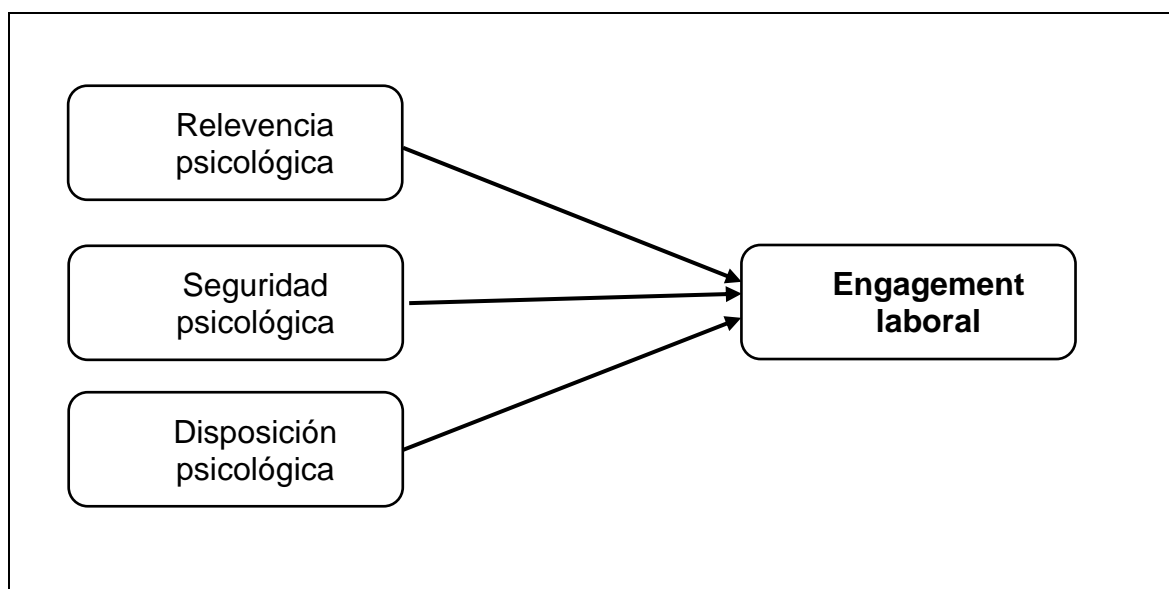
Mohd y Nalini, (2019) precisan que un alto engagement en la institución conlleva a un excelente beneficio y producción de los miembros de la empresa.

Modelo de las condiciones psicológicas que influyen en el engagement

Kahn, (1990), considera que el engagement tiene influencia de tres condiciones psicológicas: relevancia psicológica, seguridad psicológica y disponibilidad psicológica. Tal como se muestra a continuación en la siguiente figura.

Figura 6

Modelo condiciones psicológicas del engagement



Nota. Extraído a partir de Kahn, (1990)

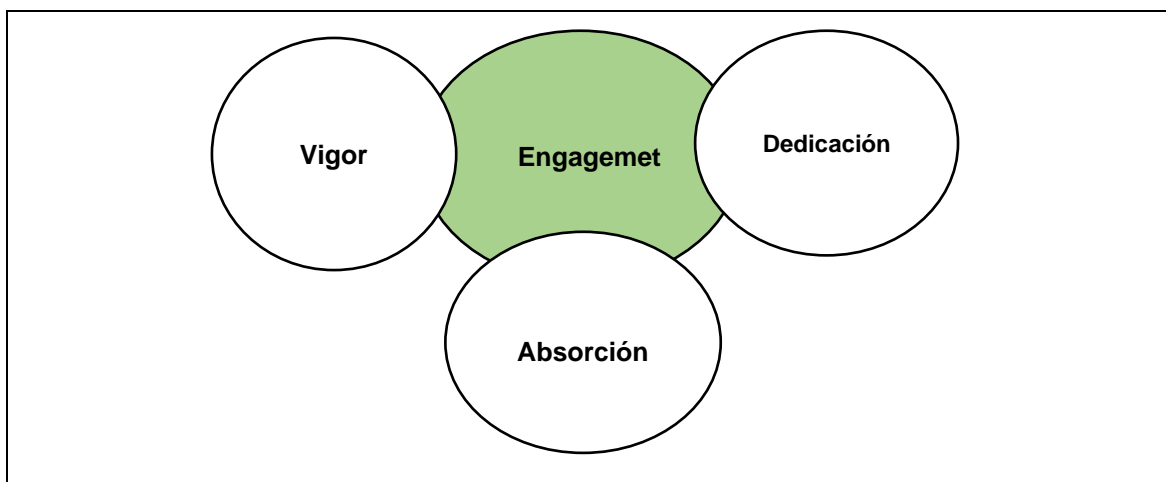
Desde el punto de vista de Kahn, (1990) las tres condiciones psicológicas influyen en el engagement laboral de los empleados; pero, a su vez, el abandono de ellos tiene su impacto en el abandono de las labores. Los agentes cambian su engagement personal en función a sus percepciones de las ganancias o la significación y las garantías o la seguridad que observan en diversos contextos. Asimismo, cambian de acuerdo a los recursos que observan para tener su disponibilidad de ellos mismos (p. 703).

Modelos del engagement según Schaufeli y otros.

Schaufeli, et al. (2001) presentan un cuerpo teórico para hacer la medición del engagement de los trabajadores a través del vigor, dedicación, y absorción. Así se evidencia en el siguiente esquema.

Figura 7

Modelo del engagement de Schaufeli, et a. (2001)



Nota. Extraído de Schaufeli, et al. (2001)

El vigor radica en elevadas escalas de energía y voluntad, para centrar energías a una labor específica. Por su parte la dedicación es el significado de realizar una acción, la misma que es alentadora y motivadora al realizarla, y la absorción consiste en sentirse feliz al momento de cumplir una determinada labor.

Dimensiones del engagement

Salanova y Schaufeli, (2004) consideran a las siguientes dimensiones: vigor, dedicación y absorción. Estas se han considerado para el desarrollo de este trabajo investigativo.

Vigor

Salanova y Schaufeli, (2004), expresan el vigor tiene que ver con altos niveles de energía y resistencia mental mientras se desempeña en su labor, las ganas de invertir mayor esfuerzo en el trabajo, no sentirse agotado fácilmente, y persistir en su labor, aunque evidencie dificultades y complicaciones” (p. 117).

Dedicación

Para Salanova y Schaufeli, (2004) la dedicación se refiere al nivel de significación que tiene la tarea para el empleado, el entusiasmo por su labor que desempeña y el sentirse elogiado de sí mismo, el gran reto percibido por lo que realiza y la inspiración psicológica que deviene del accionar en el trabajo (p. 117). Es decir, el colaborador piensa que su desempeño es inspirador, importante y retador.

Absorción

Desde el punto de vista de Salanova y Schaufeli, (2004) la absorción hace referencia a emociones de bienestar al momento de centrarse en su labor, tener falencias en abandonar la tarea al estar en circunstancias satisfactorias y de esa manera el tiempo pasa con rapidez, dejándose llevar por la labor dejando de lado distractores de su entorno (p. 118). Es decir, los colaboradores disfrutan de lo que realizan y se encuentran absolutamente concentrados en su labor.

Características de los trabajadores engaged

Desde el punto de vista de Vila, et al. (2015) las características de los colaboradores engaged son las siguientes:

Engagement físico: se refiere a las ganas de esforzarse, intensidad durante el desempeño y alta energía en la labor en la que se desempeña.

Engagement emocional: se relaciona con el entusiasmo y la dedicación a las labores, así como también cuán optimista está de su puesto laboral.

Engagement cognitivo: se refiere a la absorción en el desempeño laboral y concentración óptima en la tarea.

Beneficios del engagement

Para Dueñas, (2017) los principales ventajas del engagement son los siguientes:

Hace posible la satisfacción de los colaboradores, menores cambios de las personas, disminución del absentismo, aumento de productividad, incremento de la lealtad.

LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Reátegui et al (2019), expresa que la competitividad es la capacidad que posee una institución tanto pública como privada con fines de lucro o no, de conservar constantemente ventajas competitivas que le permiten lograr, mejorar y sostener una determinada posición en el mercado socioeconómico competitivo. Asimismo, la competitividad es la capacidad de poder abastecer a la economía de bienes y servicios.

En la misma línea, Ramírez et al (2018) opina: competitividad viene a ser la capacidad de competir tanto de un colaborador como de una entidad, de acuerdo a los objetivos establecidos (p. 10). Es decir, es la competencia que se da entre empresas de diferentes rubros.

Considerando a Porter, (2008) la competitividad empresarial “radica en la toma de acciones defensivas u ofensivas con la finalidad de establecer una perspectiva defendible en la industria y con esto obtener un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía” (p. 51).

Así también, Porter citado por Labarca (2007), considera que la competitividad empresarial es la capacidad que tiene la organización de crear, producir, desarrollar y vender productos y servicios en las mejores condiciones tanto en el precio y la calidad (p.160).

Asimismo, Gordon (2014) refiere que la competitividad empresarial es la capacidad que posee una empresa para contar y conservar ventajas frente a sus competidores y estas le permiten mantener su posicionamiento en el mercado, es decir, que tenga condiciones y atributos que la competencia no posee haciendo lo posible para la obtención de un rendimiento superior a los demás competidores.

Para García, (2015) la competitividad empresarial es el talento que posee una empresa para brindar un producto o un servicio con todos los requerimientos de sus consumidoras, mediante la administración óptima de sus recursos en relación a otras dedicadas al mismo rubro (p. 1).

Monterroso, (2016), considera que la competitividad empresarial es una variable multifactorial, tiene que ver tanto de factores internos (recursos humanos,

tecnológicos, etc.) y externos. Además, para lograr competitividad en una organización se debe ofertar beneficios superiores que las otras y realizar acciones diferenciadas que la competencia, de tal manera que de desarrollar una ventaja estratégica y competitividad por encima de los otros competidores (p. 14).

TEORIAS DE LA COMPETITIVIDAD

Teoría de las ganancias

Foladori y Melazzi (2009), expresan que las ganancias provienen del trabajo adecuado por el capitalista y no remunerado por este al trabajador. Asimismo, las ganancias son consideradas como una tasa aplicada sobre el capital, sin una aclaración sustentada.

Enfocados en el ámbito del capitalismo el excedente se origina solo cuando hay visiones de conseguir ganancias; las necesidades pasan a otro plano, las ganancias es lo primordial.

Las ganancias se originan del plusvalor (es la expresión monetaria del valor que el colaborador con salario crea por sobre el valor de su fuerza de trabajo), para estos autores las ganancias se originan o inician cuando el capitalista realiza su inversión inicial (D1) en la adquisición de mercancías (M1), lo que hará posible adquirir fuerza de trabajo (FT) y medios de producción (MP).

El capitalista al reunir los productos, ubica a estos en funcionamiento, así, a través del proceso productivo tendrá un plusvalor (Pv.), para luego incorporar este sobrante a otra novedosa mercancía originada (M2). Mediante la venta de esta nueva mercancía se conseguirá una cantidad de divisas (D2) de mayor cantidad a la inversión inicial, de este modo el procedimiento concluye y, así se repite sucesivamente.

En el área de producción las mercancías no se cambian como mercancías, sino como productos de capitales que reclaman una participación proporcional a su magnitud en la masa del plusvalor. Pero, sabido es que la cuota de ganancia es diferente en función de la composición orgánica del capital.

El plusvalor de las áreas será distinto, porque está solamente en función de la fuerza de trabajo invertida es así que aquellas áreas que inviertan más en fuerza de trabajo obtendrán mayor plusvalor. (Foladori y Melazzi, 2009, p.57).

Formas de ganancia:

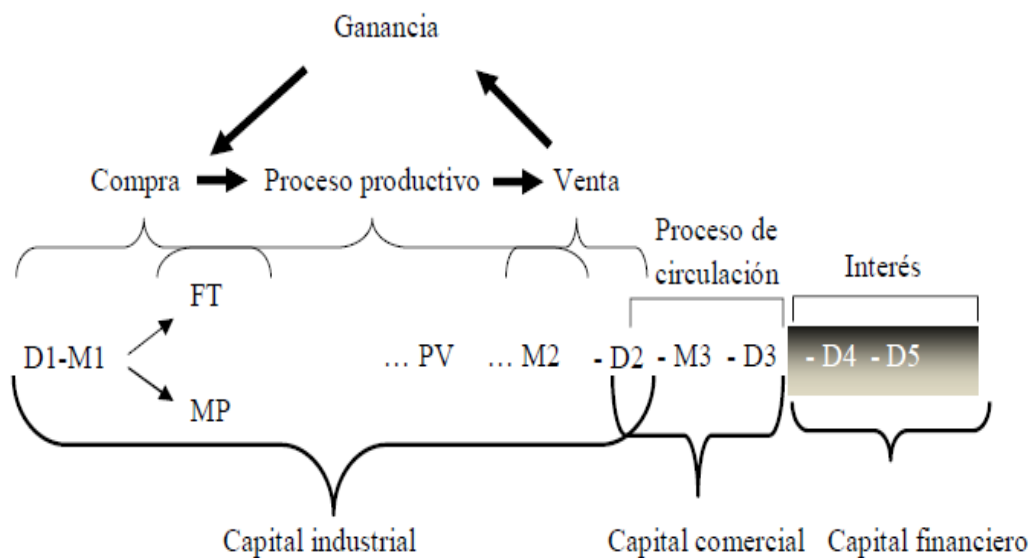
La ingreso industrial, comercial, interés y la renta del suelo, son nominaciones utilizadas para manifestar las diferentes partes de la plusvalía de la mercancía o del trabajo no pagado por el capitalista y que naturalmente se originan específicamente en la plusvalía.

Ganancia industrial: este tipo de ganancia se apropia de los capitalistas que invierten su dinero en el proceso de producción propiamente dicho.

Ganancia comercial: esta forma es en donde se apropian los capitalistas que invierten su dinero en el proceso de circulación y no en el proceso productivo

Interés o ganancia financiera: en este tipo de ganancia se apodera el sistema financiero al momento de brindar un préstamo al capitalista para que pueda ampliar su proceso de producción.

Figura 8 obtención y formas de la ganancia



Fuente: Adaptado de Foladori G & Melazzi, (2009)

Teoría de la competitividad

Teoría de la ventaja comparativa

Ricardo D. (1963), expresa que cada nación se debe especializar en las actividades en las que sean más eficientes para luego producir y exportar. Asimismo, deben importar los demás productos más ineficientes en términos de producción. Aunque un país no posea una ventaja comparativa al producir algún bien, tendrá la ventaja de especializarse en aquellas mercancías o productos y así poder ser parte definitivamente en el mercado internacional. En tal contexto, es posible ampliar su comercialización externa.

Teoría de la ventaja competitiva

Porter (2008), representó esta estrategia, como las operaciones ofensivas o defensivas que posee una entidad con la finalidad de instaurar una posición razonable dentro de una empresa, operaciones que eran el resultado de las cinco fuerzas competitivas que Porter mostró como definitivos de la naturaleza y el grado de competencia que envolvía a la institución y que, como respuesta, pretendía tener un significativo rendimiento sobre la inversión. Para lograr esta ventaja competitiva dentro de la empresa se tiene que trabajar en conjunto con tres estrategias genéricas las cuales son: El liderazgo en costos, la diferenciación. el enfoque o segmentación

Teoría del ciclo de vida del producto

Según Vernon y Wells (1966), cada producto posee un determinado ciclo de vida el cual inicia con el desarrollo y finaliza con su decadencia. Asimismo, este autor manifiesta que esta teoría posee cuatro etapas, las que tienen que ser puestas en acción por las empresas al momento de lanzar al mercado un producto, estas son las siguientes: introducción, crecimiento, madurez y declive.

La durabilidad de cada etapa cambia de acuerdo al producto, una fase puede perdurar varias semanas; así también otras, incluso décadas. En conclusión, la vida de utilidad de un producto y la rapidez con el que atraviesa todo el ciclo, depende de la demanda del mercado y de la técnica como se usan las herramientas de mercadeo.

Teoría de la internacionalización

Buckley y Casson (1976), la presente teoría se encarga de estudiar los métodos internos de transferencia de datos de las instituciones, convirtiéndose de esta manera en el enfoque dominante para el desarrollo de las empresas internacionales; asimismo, explica el medio de entrada que usan las instituciones multinacionales para posicionarse en un determinado país. Esta teoría asume que las compras y ventas tiene fallas que generan costos de transacción y que, bajo ciertas condiciones, pueden ser elevados; así también, que es más rentable internalizar la actividad económica mediante de una inversión extranjera directa, en vez de adquirirla en el mercado mediante un contrato. En conclusión, la internalización usa la teoría de los costos de transacción para revelar por qué una multinacional escoge cierto modo para ingresar al exterior, de entre las opciones de exportación, licencias, alianzas, inversiones en nuevas instalaciones y adquisiciones. La opción más apropiada será con la combinación de varios elementos.

Teoría de la oferta y demanda

Esta teoría fue propuesta por Adam Smith (1776), en su obra “La riqueza de las Naciones”, presenta la tesis de que la sociedad se desenvuelve mediante el valor del trabajo, acción primordial que provoca la ida y vuelta de bienes y servicios.

A través de esta teoría, se puede observar la manera como el mercado modela los costos de producción, considerando el trabajo plasmado para la invención de un producto. Tanto la oferta como la demanda van a existir en la medida que el mercado siga en curso, por lo que la correspondencia entre productores y consumidores es cada vez más permanente.

La oferta: tiene que ver o esta referida a la cantidad de productos que pueden llegar a venderse, y también se enfoca en los precios que estos poseen.

Todas las empresas poseen la idea de llegar a ser buenas instituciones, es por ello que tanto los promotores como los productores anhelan siempre ampliar su rentabilidad; para ello, utilizan la técnica: la curva de la oferta. Esta se expresa en dar a conocer la cantidad de producto que un vendedor puede poner en venta,

para finalmente, establecer el vínculo entre el precio y la demanda de este producto.

La demanda es considerada como el grupo de productos que los clientes requieren y buscan obtenerlo, evaluación que se hace en un determinado tiempo y precio. La demanda, tiene su origen en que todos los factores están en un precio permanente y se basa en función a lo que prefieren los clientes o público consumidor. En este caso, si crece la población, la inclinación por el producto se irá incrementado también, debido a que los clientes también aumentan.

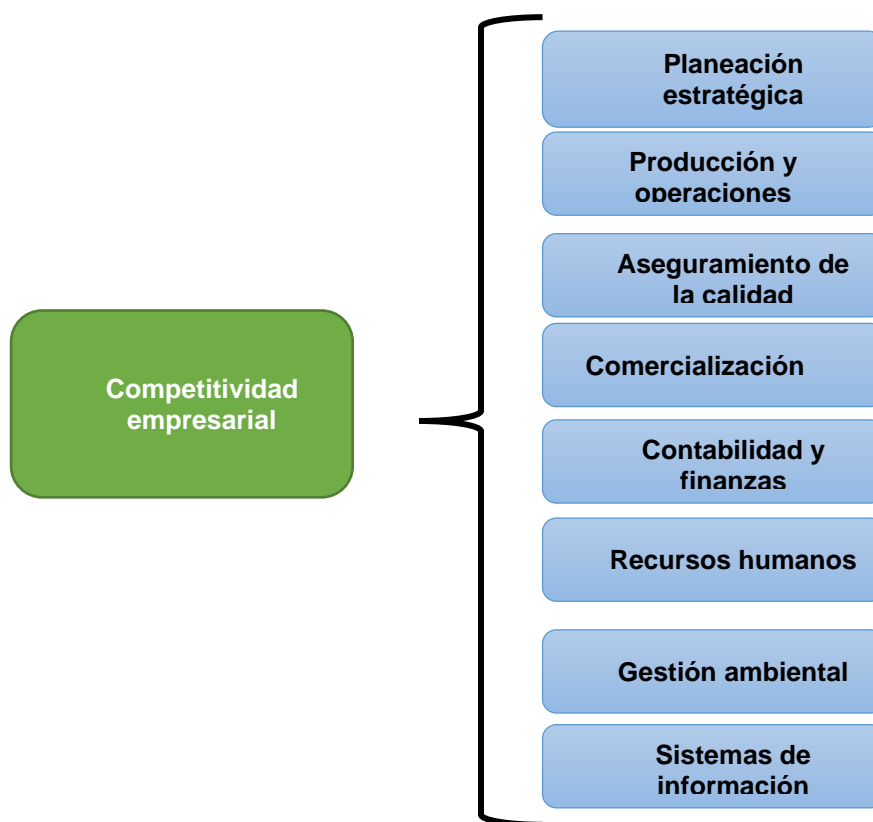
Esta teoría de la oferta y la demanda se encarga de percibir el aumento del precio del producto, dicho en otras palabras, cuando la demanda se desploma, el precio se eleva y si el precio baja, la demanda incrementa.

Para determinar el precio del producto se hace un estudio de los competidores para establecer la demanda en el mercado. La función del mercado debe estar sujeta a los requerimientos de los consumidores, para lograr un equilibrio en entre estas dos leyes.

Modelo de competitividad empresarial según Ibarra et al. (2017)

Ibarra et al. (2017) plantea: el modelo de la competitividad empresarial está formado por las siguientes dimensiones: producción y operaciones, planeación estratégica; comercialización, aseguramiento de la calidad; contabilidad y finanzas; gestión ambiental, recursos humanos y sistemas de información. Las que se observan en la figura.

Figura 9
Modelo de competitividad empresarial



Nota. Ibarra et al. (2017), Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. (p. 116)

La planeación estratégica está formada por metas, estudios del contexto objetivos, políticas y planes de contingencia. La producción y operaciones está formada por procesos, certificaciones, planeaciones de materiales, producción, flexibilidad productiva, desarrollo de nuevos productos y procesos. Mientras que la seguridad de la calidad está compuesta por grupos de trabajo, normatividad, retroalimentación y procesos certificados. La comercialización se refiere a la satisfacción de clientes, investigación de mercado, políticas de venta, distribución y relaciones clientes y proveedores. La contabilidad y finanzas está formado: pago de impuestos, inventarios, estructura de costos, estrategias fiscales y administración financiera. Asimismo, los recursos humanos se refieren a seguridad e higiene, procesos de selección y reclutamiento, capacitación y adiestramiento compensaciones, así como la rotación y clima laboral. La gestión ambiental está referido a las políticas de reciclaje y programas de manejo de desechos.

Finalmente, los sistemas de información están constituidos por los planes de contingencia, tecnologías de la información y sistematización. (Ibarra, et al. 2017).

Modelo de competitividad empresarial según López y Cabrera, (2018)

López y Cabrera, (2018) establecen que la competitividad empresarial instaaura las relaciones de una organización con el mercado, la ventaja competitiva se basa en la creación de ventajas competitivas y estrategicas que nacen a partir de las interconexiones internas y externas de los procesos. Por ello, proponen un modelo de competitividad el mismo que esta formado por factores exogenos y endogenos que promueven la competencia de la instituciones. López y Cabrera, (2018) resaltan que la factibilidad para que una empresa obtenga y conserve sus niveles exitosos recaería en las competencias distintivas y ventajas que desarrolle al interno y en los condicionamientos externos que le brinda su entorno. (p. 191). Así como se evidencia en la presente figura.

Figura 10

Modelo de niveles de análisis de la competitividad empresarial



Nota. López y Cabrera, (2018). La competitividad empresarial, concepción y condicionantes: estudio cualitativo con expertos y empresarios. (p. 191).

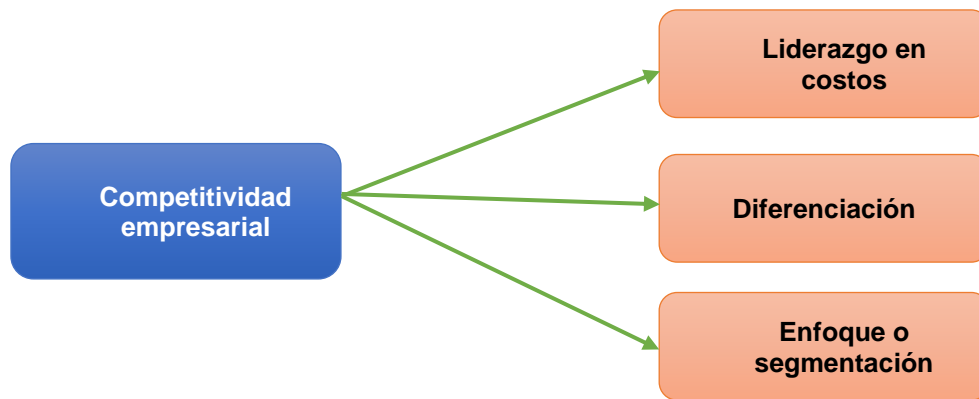
Los elementos primordiales para la aclaración de la competitividad son las decisiones, los recursos, el aprendizaje, el flujo de información que va y viene de la empresa al ambiente y del ambiente a la empresa. Este modelo resalta que existen componentes que se encuentran bajo el control de la organización y otros factores que no están al control de ella, es este contexto lo que puede hacer la organización es: implementar mecanismos de adaptación a las condiciones del ambiente (López y Cabrera, 2018).

Modelo de competitividad empresarial según Porter (2008)

Desde el punto de vista de Porter, (2008) coexisten tres estrategias que son eficaces para afrontar a los elementos de la competencia, y desarrollar un desempeño exitoso ante los competidores, estas estrategias son: diferenciación, enfoque o concentración y liderazgo en costos.

Figura 11

Modelo de la competitividad según Porter, (2008).



Nota. Adaptado a partir de Porter, (2008). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. (p. 51).

Para utilizar de forma exitosa estas estrategias y para conseguir la competitividad es primordial el compromiso y apoyo total de la institución, asimismo, cabe especificar que estas estrategias tienen por objetivo superar a los contrincantes de un determinado rubro.

Dimensiones de la competitividad empresarial

Liderazgo en costos:

Desde el punto de vista de Porter (2008), es una de las estrategias competitivas más utilizadas por las organizaciones para desarrollar y alcanzar el liderazgo en costos, por ese motivo: Requiere la construcción agresiva de instalaciones de escalas eficientes, la indagación vigorosa de disminución de costos a partir de la práctica, un control riguroso de gastos tanto variables como fijos, evitar las cuentas de los pocos clientes y minimizar los costos en áreas como: investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad y otras. (p. 52)

Para que se efectúen estos objetivos es necesario que los directivos, jefes presten mayor atención al control de costos. Esta dimensión este centrada en costos bajos eso no significa que el producto tenga que ser de baja calidad sino mas bien debe de satisfacer al cliente (Porter, 2008).

Diferenciación:

Porter, (2008) radica en diferenciar el producto o servicio, creando en el sector que, el producto que se tiene es único frente a los demás, las formas en las que se puede diferenciar son bastantes, como: tecnología empleada, diseño de la imagen o marca, servicio al cliente, redes de distribución, características del producto, entre otros. Así también, esta dimensión ofrece protección en contra de la competencia. Los usuarios son fieles a la marca y ayudan a disminuir la sensibilidad al precio. Asimismo, crecen los márgenes de utilidad y luego admite prescindir de la posición de costos bajos” (p. 54).

Enfoque o segmentación:

Porter, (2008) expone, que esta dimensión se caracteriza porque se enfoca en un determinado grupo de compradores, mercado geográfico y un segmento determinado. La estrategia de este enfoque tiene por finalidad brindar un excelente servicio a un grupo de clientes.

El enfoque o segmentación para Porter, (2008) tiene su base específicamente en la hipótesis de que la organización brindará una excelente atención a su segmento en comparación a las empresas que son sus competidores

directos en mercados más amplios. De esa manera se diferencia al satisfacer más complacidamente las necesidades de su mercado” (p. 55).

Factores de competitividad empresarial

De acuerdo con Cabrera et al. (2011) los factores de la competitividad empresarial son: calidad, innovación, tecnología, investigación y desarrollo, capital intelectual (equipo humano), conocimiento del mercado, diferenciación, asociatividad (cooperación con otras empresas), productividad, estrategias empresariales, cultura organizacional, servicio, precios, gestión financiera

Estos son los factores que determinan la competitividad empresarial y no tienen un orden de importancia.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

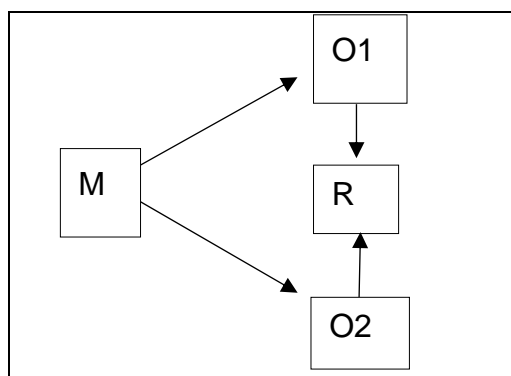
Tipo de investigación:

El presente trabajo investigativo es aplicado, porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad. Murillo (2008)

Diseño de investigación:

La investigación es de diseño no experimental, descriptivo: en donde la formulación de las hipótesis descriptivas sirve para pronosticar y predecir las variables objeto de medición y observación (p. 127). También es correlacional: donde la formulación de las hipótesis correlacionales el ordenamiento de los factores-variables no altera el producto-la hipótesis; es decir; el orden de las variables no interesa. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 129)

También, es de diseño no experimental; pues, no se estimuló alguna variable para medir su efecto en otra, En relación a lo propuesto por (Hernández, Fernández y Baptista, 2010), afirman: “La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular alguna de las variables, pero sí, se observa las manifestaciones tal y como se dan en su contexto natural, para después hacer el respectivo análisis.



Dónde:

M = Trabajadores

O1 = Engagement

r = Relación entre O1 y O2

O2 = Competitividad empresarial

3.2 Variables y operacionalización:

3.2.1 Variable 01

- El engagement

3.2.2 Variable 02

- Competitividad empresarial

3.3 Población, muestra y muestreo

Según Arias, (2012) la población viene a ser el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p. 81). Teniendo en consideración esta definición la población de estudio de la presente investigación esta formada por 60 trabajadores de la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Para Salazar y Del Castillo (2018), la muestra viene hacer un grupo de elementos seleccionados de una determinada población de acuerdo a un plan de acción previamente establecido con el fin de obtener conclusiones que pueden ser extensivas hacia la totalidad de la población. Debido a que la población es pequeña se optó por una muestra censal incluyendo a los 60 trabajadores.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Instrumentos

El instrumento es el mecanismo para recolectar y registrar la información, para este trabajo se ha utilizado el cuestionario. (Meneses, 2016), define al cuestionario como instrumento que permite al investigador social proponer una serie de interrogantes para obtener datos estructurados sobre una muestra de agentes, utilizando el análisis cuantitativo y agregado de las contestaciones para describir a la población a la que pertenecen y/o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre medidas de su interés.

3.4.2 Técnicas de recolección de datos

En este trabajo investigativo se usó la encuesta como técnica de recopilación de información, la cual se adquirió de la muestra objeto de investigación, continuando posteriormente con la tabulación de la misma. En este marco (Arias, 2012) precisa que la encuesta es “una técnica que busca recabar información que proporciona un conjunto de agente o muestra sobre sí mismos, o en relación con un tema específico” (p. 72).

3.5 Procedimientos

El procedimiento a seguir en el presente trabajo investigativo, es aplicar la encuesta, con la finalidad de conseguir datos los mismos que van a ser posible contestar los esbozos de la investigación, esta información se procesará en programas estadísticos como: EXCEL y SPSS. Los resultados se presentarán en tablas y figuras, para realizar la respectiva interpretación.

3.6 Método de análisis de datos

Para este trabajo investigativo se utilizó la estadística descriptiva (a través de tablas y figuras) e inferencial (coeficiente de correlación no paramétrica Rho de Spearman). Esta prueba estadística determinará la asociación entre las variables de estudio. Teniendo en cuenta a Mondragón, (2014) Spearman “es un método estadístico no paramétrico, que tiene la finalidad de examinar la intensidad de asociación entre dos variables cuantitativas” (p. 98). Cuyas medidas van desde +1 que evidencian una relación perfecta positiva hasta -1 que es una relación perfecta negativa.

3.7 Aspectos éticos

Este estudio tiene en consideración los parámetros éticos para elaborar la investigación, es así que se respecta la autoría de las diferentes fuentes de investigación utilizados tales como: artículos, textos investigaciones, revistas, páginas web, etc., con la ayuda de la citación estilo APA. En este contexto la ética se evidencia en los autores y debe ser respetada a través de la normatividad de citación y referenciación” (Salazar, et al. 2018, p. 309).

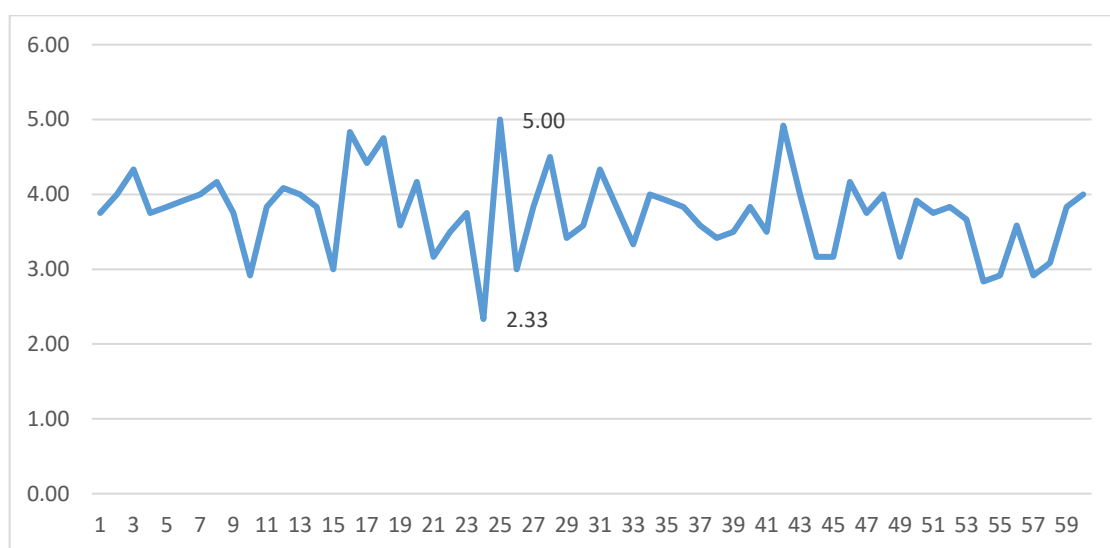
IV. RESULTADOS

Este capítulo presenta los objetivos con sus respectivos indicadores de medida que a continuación son:

Respecto al objetivo específico (1) Describir el nivel del Engagement en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Figura 12

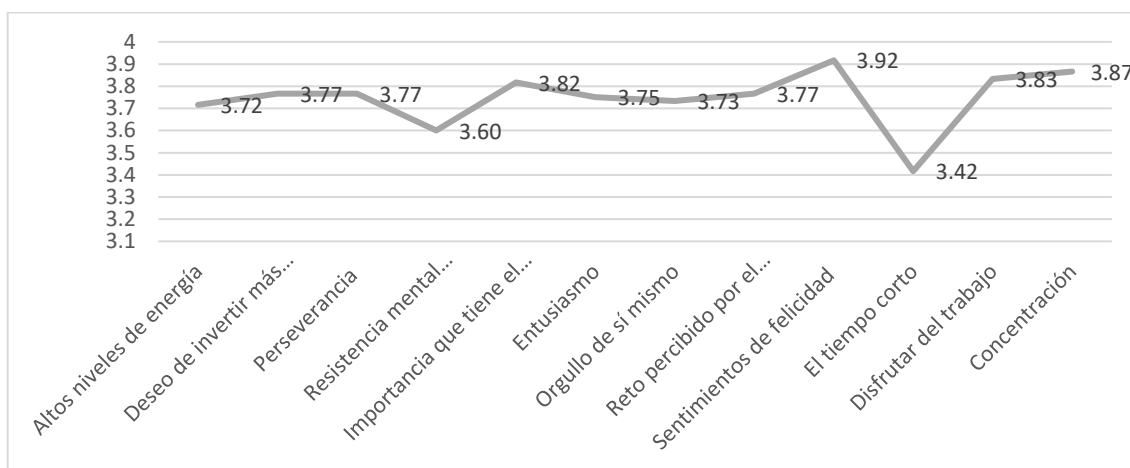
*Descripción del nivel de Engagement según **encuestados** en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)*



Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo del Engagement es 2.33 “baja” y el máximo es 5 “muy alta” el promedio es 3.75 “alto” y la mediana es 4:00 que significa que el 50% de la muestra valora con una cifra menor a 4 y el otro 50% valora con una cifra mayor a 4.

Figura 13

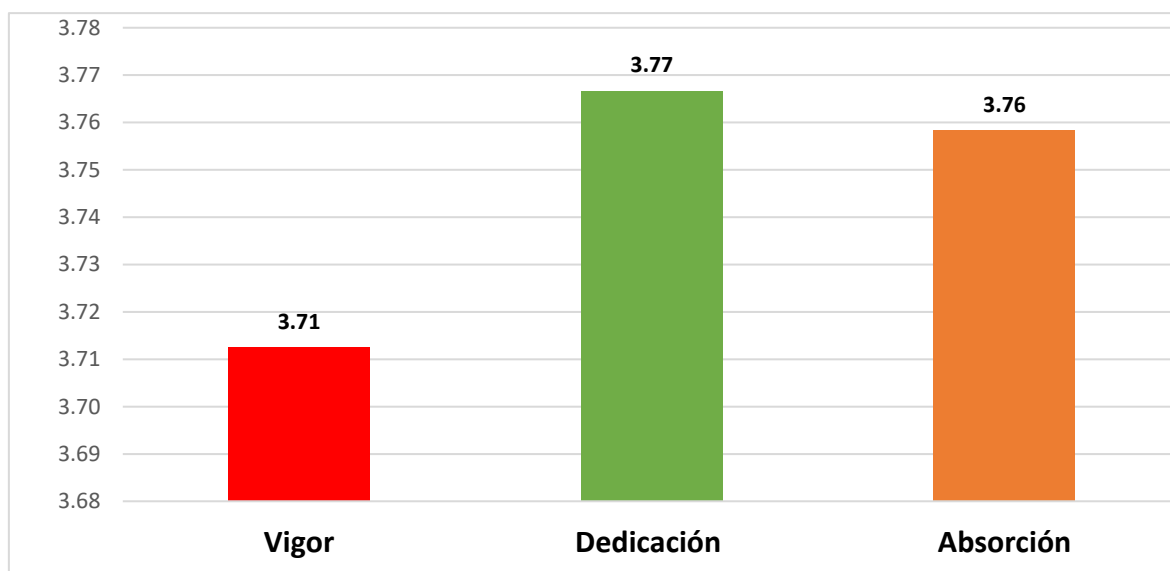
*Descripción del nivel de Engagement según **indicadores** en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)*



Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo de los indicadores es 3.42 “regular” que corresponde al indicador **el tiempo corto** y el máximo es 3.92 “alto” que corresponde al indicador **sentimientos de felicidad**. El promedio es 3.75 “alto”

Figura 14

Descripción del nivel de Engagement según dimensiones en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)

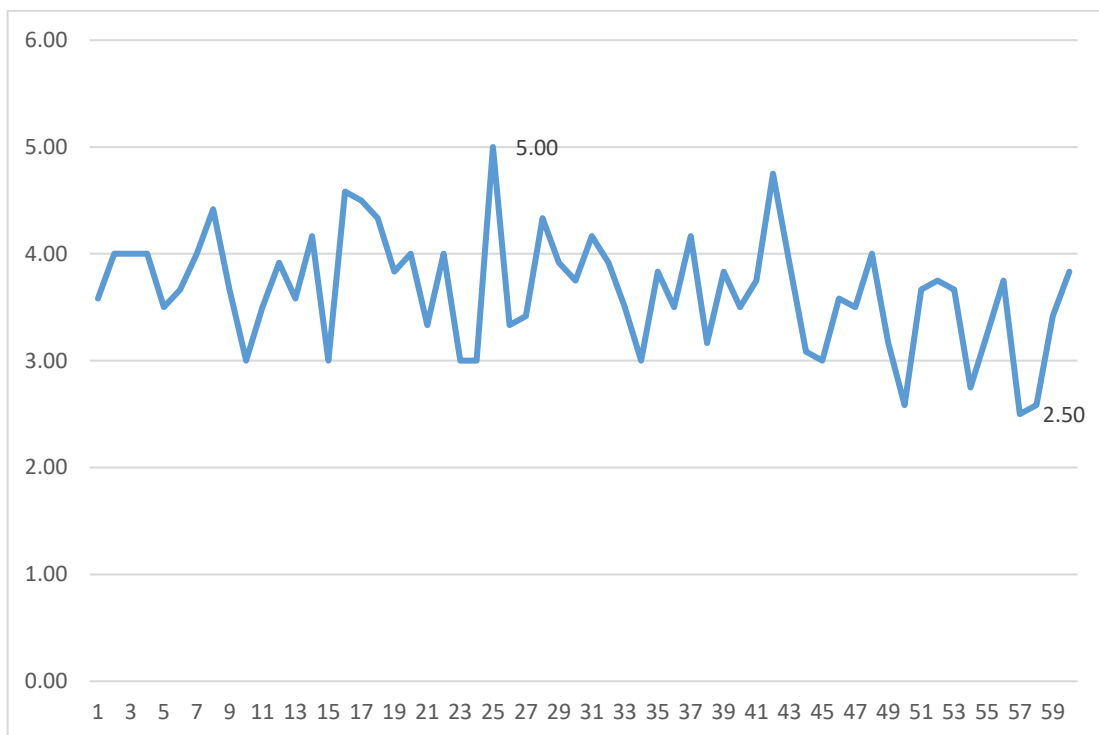


Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo de las dimensiones es 3.71 “alto” que corresponde a la dimensión **vigor** y el valor máximo es 3.77 “alto” que corresponde a la dimensión **dedicación**. El promedio es 3.75 “alto”

Respecto al objetivo específico (2) Describir el nivel de competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Figura 15

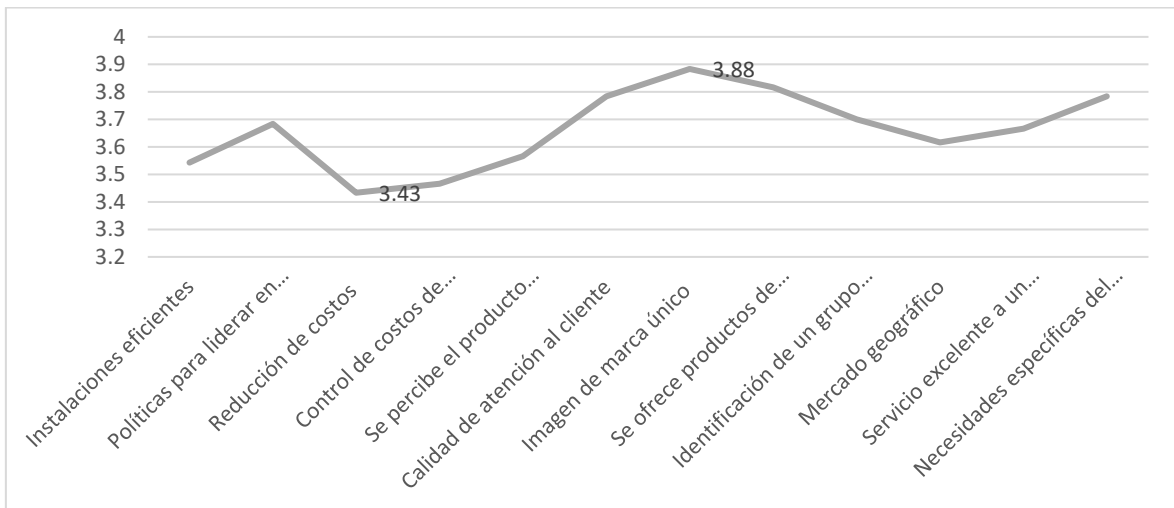
Describir el nivel de competitividad empresarial, según encuestados en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)



Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo de competitividad empresarial es 2.50 “baja” y el máximo es 5 “muy alta” el promedio es 3.66 “alto” y la mediana es 4:00 que significa que el 50% de la muestra valora con una cifra menor a 4 y el otro 50% valora con una cifra mayor a 4.

Figura 16

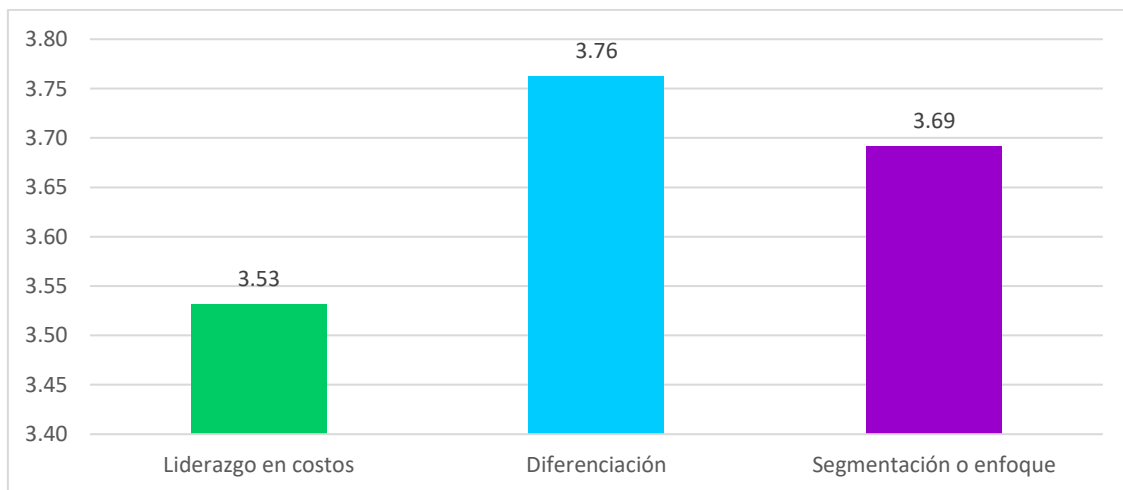
Descripción del nivel de competitividad empresarial, según **indicadores** en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)



Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo de los indicadores es 3.43 “regular” que corresponde al indicador **reducción de costos** y el valor máximo es 3.88 “alto” que corresponde al indicador **imagen de la marca único**. El promedio es 3.75 “alto”

Figura 17

Descripción del nivel de Engagement según dimensiones en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022 (escala ordinal)



Interpretación: en la figura visualizamos que el valor mínimo de las dimensiones es 3.53 “alto” que corresponde a la dimensión **liderazgo en costos** y el valor máximo es 3.76 “alto” que corresponde a la dimensión **diferenciación**. El promedio es 3.75 “alto”

Respecto al objetivo específico (3) Establecer el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial) la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Tabla 2

Correlación de Spearman entre Engagement y Liderazgo en costos en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022

Correlación de Spearman entre Engagement y Liderazgo en Costos			Engagement	Liderazgo_en_Costos
Rho de Spearman	Engagement	Coeficiente de correlación	1,000	,651**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
Liderazgo_en_Costos	Liderazgo_en_Costos	Coeficiente de correlación	,651**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Interpretación: Existe una correlación de 0.651 o también que el 65.1 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Liderazgo en costos; la percepción de Engagement lo hace en 0.651 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado

Respecto al objetivo específico (4) Determinar el nivel de Engagement en relación a la diferenciación (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Tabla 3

Correlación de Spearman entre Engagement y Diferenciación en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022

Correlación de Spearman entre Engagement y Diferenciación			Engagement	Diferenciación
Rho de Spearman	Engagement	Coeficiente de correlación	1,000	,627**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Diferenciación	Coeficiente de correlación	,627**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Interpretación: Existe una correlación de 0.627 o también que el 62.7 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Diferenciación; la percepción de Engagement lo hace en 0.627 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado

Respecto al objetivo específico (5) Calcular el nivel del Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Tabla 4

Correlación de Spearman entre Engagement y Segmento o enfoque en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022

Correlación de Spearman entre Engagement y Segmento o enfoque			Engagement	Segmento_Enfoque
Rho de Spearman	Engagement	Coeficiente de correlación	1,000	,609**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Segmento_Enfoque	Coeficiente de correlación	,609**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Interpretación: Existe una correlación de 0.609 o también que el 60.9 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Segmento o enfoque; la percepción de Engagement lo hace en 0.609 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado.

Respecto al objetivo específico (6) Contrastar la hipótesis de relación del Engagement y competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Contratación de hipótesis

Parámetro para contrastar

- a. **Tipo de escala:** ordinal (Rho de Spearman)
- b. **Nivel de error:** alfa = menor o igual a 0.05, equivalente al 5%
- c. **Nivel de confiabilidad=** mayor o igual al 95%
- d. **Aceptación de hipótesis** “existe relación significativa entre el engagement y la competitividad empresarial. Entidad UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022”.
- e. **Rechazo de hipótesis** “no existe relación significativa entre el engagement y la competitividad empresarial. Entidad UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022”.
- f. **Conclusión:** aceptamos la hipótesis

Tabla 5
Correlación de Spearman entre Engagement y Competitividad Empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Correlación de Spearman entre Engagement y Competitividad Empresarial			Engagement	Competitividad_Empresarial
Rho de Spearman	Engagement	Coeficiente de correlación	1,000	,695**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
Competitividad_Empresarial	Engagement	Coeficiente de correlación	,695**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

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

Interpretación: En la tabla 5 nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál sería la contrastación de hipótesis de relación de Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022? El nivel de correlación es “moderada”, donde indica 69.5% de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Competitividad Empresarial; la percepción de Engagement lo hace en 0.695 de unidad categórica. Por lo tanto, se acepta la hipótesis.

V. DISCUSIÓN

La discusión de la tesis consiste en confirmar o rechazar los antecedentes contrastándolos con los resultados obtenidos. Asimismo, la teoría valida o confirma los mismos resultados.

Respecto al objetivo específico OE1: Describir el nivel del Engagement en la UGEL Nº 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Monje (2019), en su tesis: *The influence of structural and psychological empowerment on work engagement in service organisations*, impartido por la Universidad de Coruña en España. Expresa que el empoderamiento estructural y psicológico desempeña un papel determinante en el compromiso laboral y es por ello que propuso un modelo de compromiso con la finalidad de apoyar a las instituciones a general el compromiso en sus trabajadores. Se concluye: el compromiso laboral practicado dentro de las empresas genera muchos beneficios como: incremento en la productividad, mayores ventas, satisfacción del cliente, empleados eficientes y satisfechos. Se confirma este antecedente con el resultado dado que el valor mínimo del Engagement es 2.33 “baja” y el máximo es 5 “muy alta” el promedio es 3.75 “alto” y la mediana es 4:00 que significa que el 50% de la muestra valora con una cifra menor a 4 y el otro 50% valora con una cifra mayor a 4.

La teoría del Engagement (teoría del desempeño laboral) valida los resultados descritos líneas arriba, al respecto Klingner y Nabaladian (2002), revelan el vínculo entre la motivación y la capacidad para el desempeño laboral, asimismo afirman que el desempeño laboral guarda relación estrecha con la percepción que posee el empleado sobre la forma como es tratado. En efecto, estas apreciaciones otorgan como respuesta la probidad, manifestaciones de querer realizar los trabajos y aptitud en su desempeño dentro de la empresa.

Respecto al objetivo específico OE2: Describir el nivel de Competitividad Empresarial en la UGEL Nº 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Milla (2014), en su tesis: “Propuesta de un constructo sistémico para optimizar la competitividad de la MIPYME en México”, para optar el grado de Doctora en Ciencias de la Administración impartida en la Universidad Nacional Autónoma

de México, cuyo objetivo fue determinar cuáles son los factores en los niveles micro, macro, meta, meso que inciden en la competitividad de la MIMYPE en Querétaro. Concluyó: que las empresas que deseen ser competitivas en un país tienen que implementar los niveles micro, macro, meta y meso en todas sus actividades. Se confirma este antecedente con el resultado dado que el valor mínimo de competitividad empresarial es 2.50 “baja” y el máximo es 5 “muy alta” el promedio es 3.66 “alto” y la mediana es 4:00 que significa que el 50% de la muestra valora con una cifra menor a 4 y el otro 50% valora con una cifra mayor a 4.

La teoría del Competitividad Empresarial (teoría de la competitividad) valida los resultados descritos líneas arriba, según Porter (2008), las empresas para ser competitivas tienen que implementar estrategias y operaciones ofensivas o defensivas con la finalidad de instaurar una posición defendible dentro de una industria.

Respecto al objetivo específico OE3: Establecer el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Ongel (2014), en su trabajo de investigación titulado: “The Relationship Between Employee Engagement And Organisational Performance: Implementations of Organisations”, artículo publicado en The International Journal of Social Sciences, en la India, este artículo tiene la finalidad de examinar la relación entre el compromiso de los empleados y el desempeño organizacional. El enfoque metodológico utilizado está adaptado a una revisión de toda la literatura de estas variables y con la comparación de los informes anuales de compañías de todo el mundo. Se concluyó: el activo más importante que poseen las compañías son los trabajadores quienes operan, crean, diseñan y hacen llegar el producto o servicio. Es por ello que se debe reconocer la fuerza laboral y desarrollar los conceptos para impulsar el desempeño tanto individual como organizacional y el compromiso personal y grupal. Se confirma este antecedente con el resultado dado que existe una correlación de 0.651 o también que el 65.1 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o

dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Liderazgo en costos; la percepción de Engagement lo hace en 0.651 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado.

La teoría del Engagement (teoría de las necesidades) valida los resultados descritos líneas arriba. Esta teoría fue creada e iniciada por Abraham Maslow (1974). Quien expresa que las personas son muy importantes en el centro de labores y que estas para brindar un correcto desempeño tienen que cubrir sus necesidades. Asimismo, Maslow, preciso en su teoría de la pirámide de las necesidades básicas de la persona de un modo jerarquizado, ubicando las necesidades elementales en la parte inferior de la pirámide y las más importantes en la cima de la misma, a medida que las necesidades van siendo satisfechas aparecen otras de un nivel superior o mejor.

Respecto al objetivo específico OE4: Determinar el nivel de Engagement en relación a la diferenciación (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Monnagaaratwe y Motatsa (2021), en su investigación titulada: “Enhancing business competitiveness of medium-sized food produce retailers through supply chain management”, artículo publicado en Journal of Transport and Supply Chain Management, en Sudáfrica, este estudio tuvo un método de investigación cualitativa, de diseño descriptivo, además se aplicó un programa de entrevistas para recabar en más cantidad los datos posibles de los encuestados; asimismo, se contó con una muestra de 20 propietarios y gerentes de empresas minoristas de productos alimenticios en Mahikeng, de la provincia noroccidental de Sudáfrica. Se concluyó: que la competitividad de los minoristas se mejora a través de buenas y mejoradas relaciones proveedor / cliente, mediante un flujo continuo sostenido de bienes y servicios. Se confirma este antecedente con el resultado dado que existe una correlación de 0.627 o también que el 62.7 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que

incrementa Diferenciación; la percepción de Engagement lo hace en 0.627 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado.

La teoría de la competitividad empresarial (la oferta y la demanda) valida los resultados descritos líneas arriba. Esta teoría fue creada por Adam Smith (1776), en su obra “La riqueza de las Naciones”, nos presenta la idea de que la sociedad se desenvuelve mediante la valorización del trabajo, actividad primordial que provoca el intercambio de bienes y servicios. Este intercambio se da a través de la buena relación entre vendedor y comprador. Asimismo, a través de esta teoría, se puede observar la manera como el mercado regula los precios de producción, teniendo en cuenta el trabajo plasmado para la creación de un producto. Tanto la oferta como la demanda existirán mientras el mercado siga operando, por lo que la relación entre productores y consumidores es cada vez más constante.

Respecto al objetivo específico OE5: Calcular el nivel del Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Horvathova y Mokrisova (2020), en su investigación titulada “Business Competitiveness, its Financial and Economic Parameters”, artículo publicado en Montenegrin Journal of Economics, en Eslovaquia, el enfoque original para la evaluación de la competitividad es la aplicación del indicador EVA y el coeficiente de correlación de rangos de Spearman los que fueron puesto en escena en una muestra de 343 empresas que operan en la industria del calor eslovaca, a la conclusión a la que arribaron es que la competitividad de una organización está determinada por su salud financiera y su desempeño. Para optimizar la competitividad empresarial, las organizaciones deben enfocarse en los procesos internos e incrementar el potencial, el desempeño del negocio y la eficiencia. Asimismo, encaminarse hacia un determinado grupo de compradores, mercado geográfico y un segmento determinado. Se confirma este antecedente con el resultado dado que existe una correlación de 0.609 o también que el 60.9 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que

incrementa Segmento o enfoque; la percepción de Engagement lo hace en 0.609 de unidad categórica. El nivel de Correlación es moderado.

La teoría del Engagement (teoría del desempeño laboral/finalidad o metas) valida los resultados descritos líneas arriba. Esta teoría fue propuesta por Locke (1976), quién afirmó que los trabajadores buscan un propósito o fin mediante la labor que desempeñan dentro de una organización, es por ello que los objetivos de los empleados deben ser altamente atractivos y delimitados, para que haya motivación y movilización para lograrlo, de esa manera la empresa puede encaminarse hacia un determinado grupo de compradores, mercado geográfico y un segmento determinado.

Respecto al objetivo específico OE6: Contrastar la hipótesis de relación del Engagement y competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo.

Torres y Díaz (2012), en su investigación titulada: “Compromiso Organizacional: Actitud Laboral Asertiva para la Competitividad de las Organizaciones”, artículo publicado en la revista Formación Gerencial en Venezuela, este artículo tiene como objetivo principal analizar el compromiso organizacional como Actitud laboral asertiva para la competitividad de las organizaciones. La metodología utilizada en el trabajo de investigación fue de tipo descriptiva y documental y se consideró la hermenéutica para el análisis e interpretación de datos. Se concluyó: los altos niveles de compromiso laboral posibilitan que se conserven las habilidades grupales, las ventajas sostenibles y perdurables que la entidad ha logrado, como actitudes asertivas, que le permiten a las mismas ser más competentes. Asimismo, que las entidades deben ampliar el manejo emocional y asertividad de los colaboradores, mediante fortalecimiento de capacidades, para que asuman con mayor compromiso la axiología tanto endógenos como exógenos de las empresas. Se confirma este antecedente con el resultado dado en la tabla N°5 en donde nos muestra la respuesta a la pregunta ¿Cuál sería la contrastación de hipótesis de relación de Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022? El nivel de correlación es “moderada”, donde indica que el 69.5% de los datos están relacionados. Esta

aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo con una probabilidad de acertar de 99%. Mientras una variable incrementa la otra también lo hace. Por cada unidad categórica que incrementa Competitividad Empresarial; la percepción de Engagement lo hace en 0.695 de unidad categórica. Por lo tanto, se acepta la hipótesis.

La teoría del Engagement (teoría de la motivación/teoría de las expectativas) así como también la (teoría de la competitividad empresarial) validan los resultados descritos líneas arriba. La primera teoría fue creada por Vroom (1964). Quién afirma que esta teoría tiene su atención en los sentimientos y el bienestar de los trabajadores, lo que hace posible su correcto desempeño laboral. La segunda teoría su creado fue Porter (2008), quién afirma: las empresas para ser competitivas tienen que implementar estrategias y operaciones asertivas, ofensivas o defensivas con la finalidad de instaurar una posición defendible dentro de una industria.

VI. CONCLUSIONES

En este capítulo se presentan las respuestas a los objetivos, problemas específicos y aceptación o rechazo de hipótesis.

Respecto al objetivo específico (1) Describir el nivel del Engagement en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que el valor mínimo del Engagement es 2.33 “baja”, el máximo es 5 “muy alta”, el promedio es 3.75 “alto” y la mediana es 4:00. Se responde a ¿Cuál es el nivel de Engagement? Alto. Se acepta la hipótesis: "El nivel del Engagement, es alto.

Respecto al objetivo específico (2) Describir el nivel de competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que el valor mínimo de competitividad empresarial es 2.50 “baja”, el máximo es 5 “muy alta”, el promedio es 3.66 “alto” y la mediana es 4:00. Se responde a ¿Cuál es el nivel de competitividad empresarial? Alto. Se acepta la hipótesis: “El nivel de competitividad empresarial, es alto.

Respecto al objetivo específico (3) Establecer el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial) la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que existe una correlación de 0.651 o también que el 65.1 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo, con una probabilidad de acierto de 99%. El nivel de Correlación es moderado. Se responde a ¿Cuál es el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial)? Existe correlación. Se acepta la hipótesis: “Existe relación significativa entre el Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial).

Respecto al objetivo específico (4) Determinar el nivel de Engagement en relación a la diferenciación (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que existe una correlación de 0.627 o también que el 62.7 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo, con una probabilidad de acertar de 99%. El nivel de Correlación es moderado. Se responde a ¿Cuál es el nivel de Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial)? Existe correlación. Se acepta la hipótesis: “Existe relación significativa entre el Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial).

Respecto al objetivo específico (5) Calcular el nivel del Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial) en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que existe una correlación de 0.609 o también que el 60.9 % de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo, con una probabilidad de acertar de 99%. El nivel de Correlación es moderado. Se responde a ¿Cuál es el nivel de Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial)? Existe correlación. Se acepta la hipótesis: Existe relación significativa entre el Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial).

Respecto al objetivo específico (6) Contrastar la hipótesis de relación del Engagement y competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.

Se concluye que el nivel de correlación es “moderada”, donde indica que el 69.5% de los datos están relacionados. Esta aseveración se realiza con un nivel de error de 1%, o dicho de otro modo, con una probabilidad de acertar de 99%. Se responde a ¿Cuál es la contrastación de hipótesis de relación de Engagement y la competitividad empresarial? Existe correlación. Se acepta la hipótesis: “La contratación de la hipótesis de Engagement y competitividad empresarial, acreditaría su relación

VII. RECOMENDACIONES

Este capítulo se elabora teniendo en cuenta el diseño de la investigación, hipótesis y problemas nuevos; se señala a quién se recomienda, considerando su jerarquía.

1. Respecto al diseño de la investigación dirigidos a futuros investigadores del campo de la administración.

Podríamos enfocar en un nuevo diseño, pasar del diseño no experimental a otro experimental manteniendo las mismas variables *Engagement y la Competitividad Empresarial*. Aquí tendríamos otro enfoque para comparar con el diseño de la presente investigación.

2. Respecto a nuevos problemas dirigidos a investigadores del campo de la administración.

Se recomienda plantear problemas desde el punto de vista descriptivo tales como dar a conocer detalladamente cada una de las dimensiones, de cada una de las variables a fin de cuantificar el nivel o la métrica que midan el Engagement y la Competitividad Empresarial.

3. Respecto a nuevas hipótesis dirigidos a investigadores del campo de la administración.

Se recomienda plantear hipótesis desde "*Existe relación significativa entre el Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022*" hasta "*Hay impacto directo del Engagement en la Competitividad Empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022*". Es decir, pasamos de una hipótesis relacional a una hipótesis causal.

4. Respecto a los hallazgos de la investigación dirigido al director de la UGEL N°03.

Se recomienda mejorar o mantener los niveles del *Engagement y la Competitividad Empresarial*. Si los niveles están por debajo del promedio, es una oportunidad de incrementarlo. Si son regulares, es una oportunidad para mejorarlo y, si son buenos, conservar la gestión del trabajo en equipo para obtener resultados competitivos. En este caso los niveles son "moderados".

La relación es de 0.695 valida la gestión que si mejoramos una variable va a tener un alto impacto en la otra variable.

Por ello recomendamos gestionarlas desde el punto de vista gerencial.

Una propuesta de Engagement y Competitividad Empresarial sería una efectiva recomendación.

REFERENCIAS

- Adam Smith;. (09 de marzo de 1776). *La riqueza de las naciones*. Londres, Reino Unido: Editorial: Thomas Cadell .
- Aliaga, G. (2021). *Relación entre innovación y la competitividad empresarial de las asociaciones de artesanos textiles de la región Puno, periodo 2019*.
- Anitha, J. (2013). Determinantes del compromiso de los empleados y su impacto en el desempeño de los empleados. *Revista Internacional de Productividad y Gestión del Desempeño*, 308-323.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Bernasconi, E. (2015). *Innovación y Competitividad Empresarial*. Universidad Rovira I Virgil, España.
- BMA Group. (21 de Marzo de 2021). *THE LACK OF COMMITTED EMPLOYEES WILL MAKE YOUR COMPANY FAIL: WATCH FOR THESE 5 SIGNS*. Recuperado. (06 de Abril de 2019). Obtenido de <https://brendamarreropr.com/la-falta-de-empleados-comprometidos-hara-fracasar-tu-empresa-pendiente-a-estas-5-senales/>
- Buckley , & Casson . (1976). *La teoría económica de la empresa multinacional*. London: Palgrave Macmillan.
- Cabrera , A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Colombia: Universidad Central. Obtenido de https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/competitividad_peq_emp.pdf
- Consulting, G. (2013). State of the Global Workplace. In Employee Engagement Insights for Business Leaders Worldwide. papers2://publication/uuid/4F576D34-017E-4BC6-8B6E-E3760C5FCD5E.
- Dueñas, F. (26 de Septiembre de 2017). *6 Beneficios del employee engagement*. Obtenido de Recursos humanos: <https://blog.acsendo.com/6-beneficios-del-employee-engagement-infografia/>
- Expansión*. (10 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://expansion.mx/carrera/2016/08/10/5-beneficios-de-negocio-que-trae-el-engagement-laboral>
- Flores, M. (2017). *La Competitividad Empresarial y el Desempeño Exportador de Las Empresas Peruanas de Mango (San Ignacio de Loyola)*.

- Foladori, G., & Melazzi, G. (2009). *La economía de la sociedad capitalista y sus crisis recurrentes (cap. 6-7)*. Universidad de la República. Montevideo.
- García, O. (23 de Junio de 2015). *Competitividad, concepto e importancia*. Obtenido de Milenio: <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Gestión. (21 de Noviembre de 2015). *El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2019, de Diario Gestión: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592-noticia/?ref=gesr>
- Gordon, D. (2014). Competencia Empresarial. Obtenido de <http://www.colbritanico.edu.co/CBCStudents/Proyectos%20de%20metodolo>
- Granados, C. (2015). *Engagement Laboral en la dirección de gestión de talento humano de la contraloría general de la república. (Tesis Para optar el Título de Especialista en Gestión Pública)*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Bogotá, Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. *Metodología de La Investigación.*, 6, 88–101.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. World Publishing Company, Cleveland.
- Horvathova, J., & Mokrisova, M. (2020). Business Competitiveness, its Financial and Economic Parameters . *Montenegrin Journal of Economics*, 139-153.
- Juárez, A. (2015). Engagement laboral, una concepción científica. *Liberabit*, 21(2), 187-194. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272015000200002
- Kahn, W. (1990). Condiciones psicológicas del engagement personal y desvinculación en el trabajo. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33787773/WILLIAM_A._KAHN.pdf?1401040484=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DReproduced_with_permission_of_the_Psych

o.pdf&Expires=1614185732&Signature=eB4jNcsEf8icGAZksYg0WQKdXuY6tORrtl~iK6GihuiXUeOJzNCM

- Klingner, E., & Nalbandian, J. (2002). *Administración del Personal en el Sector Público*. Méxco: ELIAC.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 158-184. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- León, L., Méndez, L., & Ruiz, A. (2015). *El engagement y su relación con las condiciones del trabajo bajo la nueva gestión pública en algunas instituciones del sector educativo colombiano. (Para optar el Grado de Magister)*. Universidad de Manizales, Colombia.
- Locke, E. (1969). *What is job satisfaction? . Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.
- Locke, E. (1976). *The nature and causes of job satisfaction. Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally College Publishing Co.
- López, P., & Cabrera, A. (2018). *La competitividad empresarial, su concepción y condicionantes: estudio cualitativo con expertos y empresarios*. Fundación Universidad Central. Obtenido de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/419/1296>
- Luciano Alipio , R., Sotomayor Chahuaylla , J., Barrial Acosta , D., & Loayza Chacara , M. (2021). Gestión administrativa en el proceso presupuestal del sector educación en gobiernos subnacionales del Perú . *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* , 1-17.
- Lupano, M., & Waisman, S. (2019). Work engagement y su relación con la performance y la satisfacción laboral. *Psicodebate*, 18(2), 77-89. Obtenido de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/psicodebate/article/view/808>
- Martínez , J., & Padilla, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 120-132.
- Martínez, J. (2005). Las personas en la organización. *Revista Equidad y Desarrollo - N°. 3*. Obtenido de <file:///C:/Users/J.J.%20Benites/Downloads/Dialnet-LasPersonasEnLaOrganizacion-5166521.pdf>
- Maslow, A. (. (1954). *Teoría de la jerarquía de las necesidades*. Editorial Kairós.
- Mcclelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand Reinhold. Princeton.

- Mcgregor, D. (1960). *The human side of enterprise*. Nueva York: McGraw - Hill.
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Técnicas de Investigación Social y Educativa*, 5–57. <http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>.
- Mertens, L. (1977). *Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos*. Montevideo: CINTERFOR/OIT, 1997. Recuperado el 2 de marzo de 2004 de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/mertens.pdf.
- Milla, S. (2014). *Propuesta de un modelo sistémico para mejorar la competitividad de la MIPYME en México*. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de spearman en un estudio de intervención de fisioterapia. *Movimiento científico*, 98-114.
- Monje, A. (2019). *The influence of structural and psychological empowerment on work engagement in service organisations*. Universidade da Coruña, España.
- Monnagaaratwe, K., & Motatsa, K. (2021). Enhancing business competitiveness of medium-sized food produce retailers through supply chain management. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 1-10.
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y estrategia: conceptos, fundamentos y relaciones. *Revista electronica del departamento de ciencias sociales Universidad Nacional de Lujan*, 4-26. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Montoya, N., & Silva, K. (2019). *Engagement y Estrés de los Trabajadores de la UGEL N°02 y UGEL N° 03, Trujillo 2019*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Ongel, E. (2014). the Relationship Between Employee Engagement and Organisational Performance : Implementations of Organisations. *The International Journal of Social Sciences*, 25(1), 1–10.
- Paredes, M., Palomino, A., & Villavicencio, V. (2018). Engagement laboral en colaboradores de establecimientos de consumo gastronómico de Tarma. *Revista Científica de Ciencias Sociales y Humanidades*, 11-22.
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva: tecnicas para el analisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo editorial Patria.

- Ramirez, B., Suástegui, C., Vázquez, L., Oleta, M., & Cañedo, L. A. (2018). *Competitividad en las organizaciones*. Mexico: Qartuppi, S. de R.L. Obtenido de <http://qartuppi.com/2018/ORGANIZACIONES.pdf>
- Reátegui, k., Palomino, E., Aguirre , N., & Muñoz, H. (2019). *Competitividad en Proyectos Agrarios de la Amazonía Peruana*. Perú.
- Ricardo, D. (1963). *Los principios de la economía política y la fiscalidad*. Irwin. Homewood. Il.
- Rothmann, S., & Baumann, C. (2014). Engagement de los empleados: los efectos de la interacción trabajo-hogar / hogar-trabajo y las condiciones psicológicas. *SAJEMS*, 17(4), 515-530. Obtenido de <http://www.scielo.org.za/pdf/sajems/v17n4/11.pdf>
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). El poder de la competitividad. México D.F: DIDAC.
- Salanova, M., & Schaufeli, W. (2004). El engagement de los empleados: un reto emergente para la dirección de los recursos humanos. *Estudios Financieros*, 109-138.
- Salazar, C., & Del Castillo , S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%20%20%20de%20Estad%20%20%20adstica-Libro.pdf>.
- Salazar, M., Icaza, M., & Alejo, O. (2018). Importancia de la ética en la investigación. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-305.pdf>
- Schaufeli , W., & Salanova, M. (2007). Efficacy or inefficacy, that's the question: Burnout and work engagement, and their relationships with efficacy beliefs. *Anxiety, Stress and Coping*, 20(2), 177–196. <https://doi.org/10.1080/10615800701217878>.
- Schaufeli, W., & Bakker, A. (2003). *Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo*. Países bajos: Occupational Health Psychology Unit Utrecht University.
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzales, R., & Bakker, A. (2001). la medición del engagement y el burnout. *Revista de estudios de la felicidad*, 71-92. Obtenido de <https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/178.pdf>
- Simpson, M. (2009). Compromiso en el trabajo: una revisión de la literatura. *University of Wisconsin-Milwaukee*, 46(7), 1012-1024. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0020748908001454?via%3>
- Dihub

- Tolic. (1 de enero de 2019). *3 consecuencias de no contar con empleados comprometidos*.
Obtenido de Tolic: <https://tolic.com/3-consecuencias-de-no-contar-con-empleados-comprometidos/>
- Torres Silva, L., & Díaz Ferrer, J. (2012). Compromiso Organizacional: Actitud Laboral Asertiva para la Competitividad de las Organizaciones . *Formación Gerencial*, 81-102.
- Vazquez, A., Magnan, E., Hutz, S., & Pacico, J. (2015). Adaptation and Validation of the Brazilian Version of the Utrecht Work Engagement Scale. *Psycho-USF*, 20(2), 207–217. <https://doi.org/10.1590/1413-82712015200202>.
- Vernon, R., & Wells, L. (1966). *Comercio internacional e inversión internacional en el ciclo de vida del producto* *Quarterly Journal of Economics*.
- Vila, G., Alvarez, D., & Castro, C. (2015). *Análisis del Engagement en el trabajo: determinantes y consecuencias en las empresas españolas asociadas a red emprendia*. España: Red Emprendia.
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. . New York: Wiley & Sons.

ANEXO N° 1

Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala
Variable 01 Engagement	Considerando a Schaufeli y Bakker, (2003) "El engagement es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción" (p. 6).	La variable de estudio engagement se define operacionalmente mediante las siguientes dimensiones: vigor, dedicación y absorción	Vigor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niveles altos de energía ▪ Ganas de invertir más esfuerzo en su trabajo ▪ Perseverancia ▪ Resistencia mental cuando se trabaja 	La escala de Likert a utilizar, es el siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Muy baja ▪ Baja ▪ Regular ▪ Alta ▪ Muy alta
			Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Importancia que tiene su trabajo para el colaborador ▪ Entusiasmo ▪ Orgullo de sí mismo ▪ Reto percibido por el trabajo 	
			Absorción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sentimientos de felicidad ▪ El tiempo corto ▪ Disfrutar del trabajo ▪ Concentración 	
Variable 02 Competitividad empresarial	Considerando a Porter, (2008) la competitividad empresarial "radica en la toma de acciones defensivas u ofensivas con la finalidad de establecer una perspectiva defendible en la industria y con esto obtener un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía" (p. 51).	La variable de estudio competitividad empresarial se define operacionalmente mediante las respectivas dimensiones: liderazgo en costos, diferenciación y segmentación o enfoque.	Liderazgo en costos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Instalaciones eficientes ▪ Políticas para liderar en costos ▪ Reducción de costos ▪ Control de costos de publicidad, ventas. 	
			Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se percibe el producto como único ▪ Calidad de atención al cliente ▪ Imagen de marca único ▪ Se ofrece productos de calidad 	
			Segmentación o enfoque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación de un grupo de compradores ▪ Mercado geográfico ▪ Servicio excelente a un grupo de compradores ▪ Necesidades específicas del cliente 	

ANEXO N°2

Instrumentos de recolección de datos.

Cuestionario N° 1.

El Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022

MEDICIÓN: NIVEL DE ENGAGEMENT						
Instrucciones: Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.						
Marque sus respuestas con las alternativas:						
(1) Muy baja (2) Baja (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta						
	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>altos niveles de energía</i> en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
02	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>deseo de invertir más esfuerzo en el trabajo</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
03	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>la perseverancia</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
04	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>resistencia mental mientras se trabaja</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
05	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>importancia que tiene el trabajo para el empleado</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
06	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>el entusiasmo</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
07	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>el orgullo de sí mismo</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
08	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>reto percibido por el trabajo</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
09	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>sentimientos de felicidad</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
10	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>el tiempo corto</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
11	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>disfrutar del trabajo</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					
12	¿Cómo calificaría el compromiso laboral según, <i>concentración</i> , en relación a la <i>competitividad empresarial</i> ?					

¡Muchas gracias por su participación, nos servirá para seguir fortaleciendo la investigación académica

ANEXO N° 3

Cuestionario N° 2.

“El Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste,
Trujillo, 2022”.

MEDICIÓN: NIVEL DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL						
Instrucciones: Por favor, usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos						
Responda con las alternativas:						
		(1) Muy bajo	(2) Bajo	(3) Regular	(4) Alta	(5) Muy alta
	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, las <i>instalaciones eficientes</i> en relación al compromiso laboral?					
02	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, las políticas para liderar en costos en relación al compromiso laboral?					
03	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, reducción de costos en relación al compromiso laboral?					
04	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, el control de costos de publicidad, ventas en relación al compromiso laboral?					
05	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, se percibe el producto como único en relación al compromiso laboral?					
06	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, calidad de atención al cliente en relación al compromiso laboral?					
07	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, imagen de marca único en relación al compromiso laboral?					
08	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, se ofrece productos de calidad en relación al compromiso laboral?					
09	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, identificación de un grupo de compradores en relación al compromiso laboral?					
10	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, mercado geográfico en relación al compromiso laboral?					
11	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, servicio excelente a un grupo de compradores en relación al compromiso laboral?					
12	¿Cómo calificaría la <i>competitividad empresarial</i> según, necesidades específicas del cliente en relación al compromiso laboral?					

¡Muchas gracias por su participación, nos servirá para seguir fortaleciendo la investigación académica!

ANEXO N° 4 MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO FIRMADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CONSOLIDADO DE OPINIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS
EN LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 Título de la Investigación:

El engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Noroeste, Trujillo, 2022

1.2 Nombre del instrumento motivo de evaluación:

CUESTIONARIO EL ENGAGEMENT
CUESTIONARIO LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

1.3 Autora del instrumento:

Bach. Shirley Noel García Castillo

INDICADORES	CRITERIOS	DOCENTES QUE VALIDARON EL INSTRUMENTO		
		Mag. William R. DIAZ TORRES	Dr. Rober A. LUCIANO ALIPIO	Mag. Josue HUAMAN CAYLLAHUA
1. Claridad	El lenguaje utilizado es preciso	90	80	80
2. Objetividad	Expresan conductas reales y observables.	90	80	90
3. Actualidad	Están acordes a los avances de la ciencia y la tecnología	90	80	80
4. Organización	Tienen estructura y secuencia lógica	80	80	80
5. Suficiencia	Comprenden los aspectos de calidad y cantidad	80	80	80
6. Intencionalidad	Orientados a valorar aspectos del compromiso y la competitividad	90	80	80
7. Consistencia	Presentan aspectos técnicos-científicos sólidos	90	80	90
8. Coherencia	Hay conexión entre los datos indicadores y dimensiones.	80	80	80
9. Metodología	Responden a los procesos de la investigación	90	80	90
VALORACIÓN ASIGNADA POR CADA EXPERTO		85.6	80	83.3
PROMEDIO DE VALORACIÓN GENERAL		85.6	80	83.3

II. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento es aplicable, responde al problema planteado

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

83.3%

Trujillo, 29 de noviembre de 2021



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y nombres del experto:

Dr. Rober Agibal LUCIANO ALIPIO

1.2 Cargo e institución donde labora:

Docente Principal/Universidad Nacional Autónoma Alto Andina de Tarma

1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:

CUESTIONARIO EL ENGAGEMENT
CUESTIONARIO LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

1.4. Autora del instrumento:

Bach. Shirley Noel García Castillo



INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. Claridad	El lenguaje utilizado es preciso				X	
2. Objetividad	Expresan conductas reales y observables.				X	
3. Actualidad	Están acordes a los avances de la ciencia y la tecnología				X	
4. Organización	Tienen estructura y secuencia lógica				X	
5. Suficiencia	Comprenden los aspectos de calidad y cantidad				X	
6. Intencionalidad	Orientados a valorar aspectos del compromiso y la competitividad				X	
7. Consistencia	Presentan aspectos técnicos-científicos sólidos				X	
8. Coherencia	Hay conexión entre los datos indicadores y dimensiones.				X	
9. Metodología	Responden a los procesos de la investigación				X	

II. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

Los indicadores están bien redactados y son aplicables.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Trujillo, 29 de noviembre de 2021

Firma
DNI: 19662169

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Mg. ~~Jose~~ **Josue** HUAMANÍ CAYLLAHUA
 1.2 **Cargo e Institución donde labora:** Docente /Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
 1.3 **Nombre del instrumento motivo de evaluación:**

CUESTIONARIO EL ENGAGEMENT
CUESTIONARIO LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

- 1.4 **Autora del instrumento:** Bach. Shirley ~~Noeli~~ **Noeli** García Castillo

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. Claridad	El lenguaje utilizado es preciso				X	
2. Objetividad	Expresan conductas reales y observables.					X
3. Actualidad	Están acordes a los avances de la ciencia y la tecnología				X	
4. Organización	Tienen estructura y secuencia lógica				X	
5. Suficiencia	Comprenden los aspectos de calidad y cantidad				X	
6. Intencionalidad	Orientados a valorar aspectos del compromiso y la competitividad				X	
7. Consistencia	Presentan aspectos teóricos-científicos sólidos					X
8. Coherencia	Hay conexión entre los datos indicadores y dimensiones.				X	
9. Metodología	Responden a los procesos de la investigación					X

II. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

Considero que son aplicables para la investigación.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

Trujillo, 29 de noviembre de 2021



Firma
DNI: 42855615

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Mg. William Ricardo DIAZ TORRES
 1.2 **Cargo e Institución donde labora:** Docente /Universidad César Vallejo
 1.3 **Nombre del instrumento motivo de evaluación:**
 CUESTIONARIO EL ENGAGEMENT
CUESTIONARIO LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

- 1.4 **Autora del instrumento:** Bach. Shirley ~~Noeli~~ **Noeli** García Castillo

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. Claridad	El lenguaje utilizado es preciso					X
2. Objetividad	Expresan conductas reales y observables.					X
3. Actualidad	Están acordes a los avances de la ciencia y la tecnología					X
4. Organización	Tienen estructura y secuencia lógica				X	
5. Suficiencia	Comprenden los aspectos de calidad y cantidad				X	
6. Intencionalidad	Orientados a valorar aspectos del compromiso y la competitividad					X
7. Consistencia	Presentan aspectos teóricos-científicos sólidos					X
8. Coherencia	Hay conexión entre los datos indicadores y dimensiones.				X	
9. Metodología	Responden a los procesos de la investigación					X

II. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

Son aplicables

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

Trujillo, 29 de noviembre de 2021



Firma
DNI: 18140172

ANEXO N° 5. CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA UGEL N° 03 – NOR OESTE, TRUJILLO



UGELTNO - DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE
GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL TRUJILLO NOR OESTE



Firmado digitalmente por BENITES
Luis Francisco Javier Pizarro
Identificación web:
Módulo: Área de Gestión del Instrumento
Fecha: 17.03.2022 09:46:53 AM

FIRMA DIGITAL

Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional

Trujillo, 17 de Marzo del 2022

CARTA N° 000004-2022-GRLL-GGR-GRE-UGELTNO

A : GARCIA CASTILLO SHIRLEY

Asunto : AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE INSTRUMENTO

Referencia : HOJA DE ENVÍO N° 000560-2021-GRLL-GGR-GRE-UGELTNO-AAD
(18Noviembre2021)

De mi especial consideración;

Por intermedio de la presente y, en mi condición de Titular de la entidad UGEL 03 Trujillo Nor Oeste, le comunico la AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO como parte del desarrollo de la tesis titulada: El engagement y la competitividad empresarial en la UGEL 03- noroeste – Trujillo 2022 en la Universidad César Vallejo. En tal sentido, la mencionada tesis se desarrollará con los trabajadores de la UGEL 03 Trujillo Nor Oeste en el contexto laboral, por lo que solicitamos que al finalizar el trabajo se nos alcance los resultados, a fin de implementar acciones de mejora a partir de los mismos.

Atentamente,

Documento firmado digitalmente por
FRANCISCO JAVIER BENITES LUIS
UGELTNO - DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL TRUJILLO NOR OESTE
GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

**



BICENTENARIO
PERÚ
LA LIBERTAD 2021

Justicia por la
Prosperidad

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por Gobierno Regional La Libertad, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://legd.regionallibertad.gob.pe:8181/verificafirma.do> e ingresando el siguiente código de verificación: LA0TTKQ



ANEXO N°6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

El Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022

AUTOR: Shirley Noeli García Castillo

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación existe entre el Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022?	Determinar la relación del Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022.	H0: Existe relación significativa entre el Engagement y la competitividad empresarial en la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022, es alta.	Engagement	Vigor	<ul style="list-style-type: none"> • Altos niveles de energía • Deseo de invertir más esfuerzo en el trabajo • Perseverancia • Resistencia mental mientras se trabaja
				Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia que tiene el trabajo para el empleado • Entusiasmo • Orgullo de sí mismo • Reto percibido por el trabajo
				Absorción	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimientos de felicidad • El tiempo corto • Disfrutar del trabajo • Concentración
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	competitividad empresarial	Liderazgo en costos	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones eficientes • Políticas para liderar en costos • Reducción de costos • Control de costos de publicidad, ventas.
(1) ¿Cuál sería el nivel de Engagement?	(1) Describir el nivel del Engagement	(H1):"El nivel del Engagement, es alta.		Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Se percibe el producto como único • Calidad de atención al cliente • Imagen de marca único • Se ofrece productos de calidad
(2) ¿Cuál sería el nivel de competitividad empresarial?	(2) Describir el nivel de competitividad empresarial.	(H2) El nivel de competitividad empresarial, es alta.		Segmentación o enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de un grupo de compradores • Mercado geográfico • Servicio excelente a un grupo de compradores • Necesidades específicas del cliente
(3) ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial)?	(3) Establecer el nivel de Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial)	(3) Existe relación significativa entre el Engagement en relación a liderazgo en costos (competitividad empresarial)			

<p>(4) ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial)?</p>	<p>(4) Determinar el nivel de Engagement en relación a la diferenciación (competitividad empresarial)</p>	<p>H4: Existe relación significativa entre el Engagement en relación a diferenciación (competitividad empresarial)</p>		<p>Escala de Medición:</p> <p><i>Likert:</i></p> <p>(1) Muy bajo (2) Bajo (3) Regular (4) Alto (5) Muy alto</p>	<p>Enfoque de investigación: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional</p> <p>Método de investigación: Método deductivo</p> <p>Diseño de investigación: No experimental - descriptivo</p> <p>Población: Está conformado por trabajadores de la UGEL N° 03 – Nor Oeste, Trujillo, 2022</p> <p>Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario</p>
<p>(5) ¿Cuál sería el nivel de Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial)?</p>	<p>(5) Calcular el nivel del Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial)</p>	<p>(H5) Existe relación significativa entre el Engagement en relación a Segmentación o enfoque (competitividad empresarial).</p>			
<p>(6) ¿Cuál sería la contrastación de hipótesis de relación de Engagement y la competitividad empresarial?</p>	<p>(6) Contrastar la hipótesis de relación del Engagement y competitividad empresarial.</p>	<p>(H6) La contratación de la hipótesis de Engagement y competitividad empresarial, acreditaría su relación</p>			

ANEXO N° 8. ALFA DE CRONBACH

ENCUESTADOS	ÍTEMS																								SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
E1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	89
E2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
E3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
E4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
E5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	87
E6	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	91
E7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
E8	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	103
E9	3	2	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
E10	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
E11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	88
E12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
E13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	91
E14	5	4	5	4	4	5	1	3	4	2	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	96
E15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72
E16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	113
E17	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	107
E18	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	109
E19	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	89
E20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98
E21	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	78
E22	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
E23	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81
E24	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
E25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
E26	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	76
E27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	87
E28	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	106
E29	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	88

E30	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	102
VARIANZA	0.662	0.76	0.539	0.446	0.529	0.596	0.827	0.579	0.467	0.44	0.6	0.366	0.493	0.449	0.329	0.289	0.529	0.396	0.4	0.423	0.423	0.277	0.406	0.467
SUMATORIA DE VARIANZAS	11.68888889																							
VARIANZA DE LA SUMATORIA DE LOS ÍTEMS	154.7822222																							

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

α :	coeficiente de confiabilidad del cuestionario	0.965
K :	números de ítems del instrumento	24
$\sum_{i=1}^k S_i^2$:	sumatoria de las varianzas de los ítem	11.69
S_T^2 :	varianza total del instrumento	154.8

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta