

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Recursos Humanos

Tesis

**Relación entre felicidad y engagement en los
trabajadores de una empresa del sector
retail - supermercados- Huancayo**

Maura Pamela Dionisio Ibarra
Stefanie Natalie Román Isla

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Recursos Humanos

Huancayo, 2020

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

M.B.A. Lic. Adm. Nivardo A. Santillán Zapata

Dedicatoria

Son y serán el cimiento de mi desarrollo, todos y cada uno de ustedes- mi familia- han destinado el tiempo para enseñarme nuevas cosas, brindarme aportes, darme consejos, acompañarme en aciertos y desaciertos, conectados en el gran ciclo de la vida.

Maura Pamela Dionisio Ibarra

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros han sido porque me inculcaron valores y reglas para mi formación, con algunas libertades y sus motivaciones constantes.

Stefanie Natalie Román Isla

Agradecimientos

Agradecer a Dios por su guía y protección en el camino para el cumplimiento de nuestros objetivos establecidos.

Agradecer a nuestro asesor Nivardo Santillán Zapata por su entrega, dedicación y orientación en el desarrollo de nuestra investigación.

Agradecer al Mg. Pedro Venegas Rodríguez por su orientación en la parte estadística para el desarrollo de nuestra investigación.

Del mismo modo agradecer a la empresa de Supermercados por la oportunidad de realizar nuestra investigación.

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	ii
Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	x
Resumen.....	xi
<i>Abstract</i>	xiii
Introducción	xv
Capítulo I: Planteamiento Del Estudio	1
1.1. Delimitación de la Investigación	1
1.1.1. Espacial.....	1
1.1.2. Temporal.....	1
1.1.3. Conceptual.....	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.3. Formulación del Problema.....	5
1.3.1. Problema General.....	5
1.3.2. Problemas Específicos.....	5
1.4. Objetivos de la Investigación.....	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
1.5. Justificación de la Investigación	6
1.5.1. Justificación Teórica.....	7

1.5.2. Justificación Práctica.	7
1.5.3. Justificación Metodológica.	7
Capítulo II: Marco Teórico	8
2.1. Antecedentes de Investigación.....	8
2.1.1. Artículos Científicos.	8
2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.	9
2.2. Bases Teóricas	14
2.3. Definición de Términos Básicos	16
Capítulo III: Hipótesis y Variables	18
3.1. Hipótesis	18
3.1. Hipótesis General.....	18
3.2. Hipótesis Específicas.	18
3.2. Identificación de Variables	19
3.3. Operacionalización de Variables	19
Capítulo IV: Metodología	20
4.1. Métodos de Investigación	20
4.1.1. Métodos Generales.....	20
4.1.2. Métodos Específicos.	20
4.2. Configuración de la Investigación	20
4.2.1. Enfoque de la investigación	20
4.2.2. Tipo de investigación.....	20

4.2.3. Nivel de investigación.....	21
4.2.4. Diseño de investigación	21
4.3. Población y Muestra	22
4.3.1. Población.....	22
4.3.2. Muestra.	22
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
4.5. Proceso de recolección de datos	27
4.6. Descripción del Análisis de datos y prueba de hipótesis	29
4.6.1. Descripción del Análisis Descriptivo.....	29
4.6.2. Descripción del Análisis Inferencial.....	29
4.6.3. Descripción de la Prueba De Hipótesis.....	29
Capítulo V: Resultados	34
5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	34
5.2. Presentación de Resultados.....	34
5.2.1. Resultados de la variable felicidad	35
5.2.2. Resultados de la variable <i>engagement</i>	36
5.3. Contrastación de Resultados	38
Capítulo VI: Discusión	74
6.1. Discusión de resultados.....	74
Conclusiones	78
Recomendaciones	80

Referencias	82
Apéndice A	87
Apéndice B.....	88
Apéndice C.....	91
Apéndice D	93

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ítems de la escala Utrecht Work Engagement Scale</i>	24
Tabla 2 <i>Estadísticas de fiabilidad de la variable Engagement</i>	24
Tabla 3 <i>Prueba de KMO y Bartlett para Engagement</i>	25
Tabla 4 <i>Ítems de la escala factorial de la variable felicidad</i>	26
Tabla 5 <i>Estadísticas de fiabilidad de la variable Engagement</i>	26
Tabla 6 <i>Prueba de KMO y Barlett para Felicidad</i>	27
Tabla 7 <i>Conformación de preguntas de los instrumentos</i>	27
Tabla 8 <i>Ficha de resumen de la metodología de la investigación</i>	28
Tabla 9 <i>Cuadro para prueba de normalidad y homogeneidad</i>	30
Tabla 10 <i>Estadístico de la variable felicidad de acuerdo a dimensiones</i>	34
Tabla 11 <i>Tabla de frecuencia y porcentaje de las dimensiones de la variable felicidad</i>	35
Tabla 12 <i>Estadísticos de la variable felicidad de acuerdo a dimensiones</i>	36
Tabla 13 <i>Tabla de frecuencia y porcentaje de las dimensiones de la variable engagement</i> ...	37
Tabla 14 <i>Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente género</i>	39
Tabla 15 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la interviniente género</i>	39
Tabla 16 <i>Estadísticos de prueba para felicidad con la interviniente género</i>	40
Tabla 17 <i>Informe de la variable felicidad con la interviniente género</i>	40
Tabla 18 <i>Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente edad</i>	41
Tabla 19 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la interviniente edad</i> ...	41
Tabla 20 <i>Prueba de muestras independientes para felicidad con la interviniente edad</i>	42
Tabla 21 <i>Informe de la variable felicidad con la interviniente edad</i>	42
Tabla 22 <i>Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	43
Tabla 23 <i>Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	43

Tabla 24 <i>Estadístico de prueba para felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	44
Tabla 25 <i>Informe de la variable felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	44
Tabla 26 <i>Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	45
Tabla 27 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	45
Tabla 28 <i>Estadístico de prueba para felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	46
Tabla 29 <i>Informe de la variable felicidad con la interviniente área de trabajo</i>	46
Tabla 30 <i>Prueba de normalidad para engagemnt con la interviniente género</i>	47
Tabla 31 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas de engagement y la interviniente género</i> ...47	
Tabla 32 <i>Estadístico de prueba para engagement con la interviniente género</i>	48
Tabla 33 <i>Informe de engagement con la interviniente género</i>	48
Tabla 34 <i>Pruebas de normalidad para engagement con la interviniente edad</i>	49
Tabla 35 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement y la interviniente edad</i> ..49	
Tabla 36 <i>Prueba de Anova para engagement con la interviniente edad</i>	50
Tabla 37 <i>Informe de engagement con la interviniente edad</i>	50
Tabla 38 <i>Pruebas de normalidad para engagement con la interviniente área de trabajo</i>	51
Tabla 39 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement con la interviniente área de trabajo</i>	51
Tabla 40 <i>Prueba Anova para engagement con la interviniente área de trabajo</i>	52
Tabla 41 <i>Informe de engagement con la interviniente área de trabajo</i>	52
Tabla 42 <i>Pruebas de normalidad de engagement y la interviniente tiempo de permanencia</i> .53	
Tabla 43 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement con la interviniente tiempo de permanencia</i>	53
Tabla 44 <i>Prueba de Anova para felicidad con la interviniente tiempo de permanencia</i>	54
Tabla 45 <i>Informe de felicidad con la interviniente tiempo de permanencia</i>	54

Tabla 46 <i>Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y dedicación</i>	56
Tabla 47 <i>Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y dedicación</i>	57
Tabla 48 <i>Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y vigor</i>	58
Tabla 49 <i>Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y vigor</i>	58
Tabla 50 <i>Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y absorción</i>	59
Tabla 51 <i>Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y absorción</i>	60
Tabla 52 <i>Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y dedicación</i>	60
Tabla 53 <i>Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y dedicación</i>	61
Tabla 54 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y vigor</i>	62
Tabla 55 <i>Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y vigor</i>	62
Tabla 56 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y absorción</i>	63
Tabla 57 <i>Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y absorción</i>	64
Tabla 58 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y dedicación</i>	64
Tabla 59 <i>Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y dedicación</i>	65
Tabla 60 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y vigor</i>	66
Tabla 61 <i>Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y vigor</i>	66
Tabla 62 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y absorción</i>	67
Tabla 63 <i>Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y absorción</i>	68
Tabla 64 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y dedicación</i>	68
Tabla 65 <i>Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y dedicación</i>	69
Tabla 66 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y vigor</i>	70
Tabla 67 <i>Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y vigor</i>	70
Tabla 68 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y absorción</i>	71
Tabla 69 <i>Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y vigor</i>	72
Tabla 70 <i>Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de felicidad y engagement</i>	73

Tabla 71 <i>Valor Gamma de las dimensiones de felicidad y engagement</i>	73
--	----

Lista de Figuras

Figura 1. Diseño de la Investigación.....	21
Figura 2. Regla de decisión según regiones de aceptación o rechazo de la H_0	32
Figura 3. Dimensiones de la variable felicidad.....	35
Figura 5. Relación de dimensiones de las variables felicidad y <i>engagement</i>	55
Figura 6. Valores de significancia de las relaciones entre las dimensiones de las variables de felicidad y <i>engagement</i>	55

Resumen

El objetivo general de la presente investigación es demostrar la relación y diferencias entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo. La felicidad es considerada como el estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado (Alarcón, 2006) y el *engagement* es un estado afectivo-cognitivo más persistente que no está focalizado en un objeto, evento o situación particular, este se caracteriza por altos niveles de energía y una fuerte identificación con el trabajo (Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker, 2002).

Para el estudio de estas variables se aplicó dos instrumentos de medición; para felicidad se empleó la Escala Factorial de Reynaldo Alarcón y *engagement* el instrumento en la versión en español del *Utrecht Work Engagement Scale (UWES)*, aplicados a 72 trabajadores. El método general de la investigación es deductivo, de tipo aplicada, nivel descriptivo - correlacional, con diseño no experimental, transaccional o transversal.

Después del procesamiento de datos, respecto al primer objetivo específico que se centró en identificar las diferencias de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail-Supermercado*, se concluye con valores del estadístico de prueba U de Mann-Whitney respecto al género es de .890, edad con .507, área de trabajo con .280 y tiempo de permanencia de .859, por lo tanto, no existe diferencias entre la variable felicidad y los mencionados anteriormente. El segundo objetivo específico busca identificar las diferencias del nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del Sector *Retail- Supermercados*; respecto al género se ha obtenido un valor de .443, en edad con .443, para el área de trabajo con .293 y el tiempo de permanencia con .248, se concluye que no hay diferencias, es decir que las intervinientes mencionadas anteriormente no influirán en los niveles de *engagement*. El tercer objetivo buscó determinar la relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una

empresa del Sector *Retail*- Supermercados; al 95% de confianza, no existe relación entre dichas variables, pues se puede observar que tienen un grado de equivalencia de .774, siendo menor al valor crítico calculado de 16.1919; es así como se hace referencia a que no necesariamente a mayor felicidad en el trabajo este se verá reflejada en niveles altos de *engagement*.

Palabras Claves: Felicidad, sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida, realización personal, alegría de la vida, *Engagement*, vigor, dedicación, absorción.

Abstract

The general objective of the present investigation is: To demonstrate the relationship and differences of happiness and engagement in the workers of a company of the *Retail* sector - Supermarkets. Happiness is considered the affective state of full satisfaction subjectively experienced by the individual in possession of a desired asset (Alarcón, 2006) and engagement is a more persistent affective-cognitive state that is not focused on a particular object, event or situation This is characterized by high levels of energy and a strong identification with work (Shaufeli, Salanova, Gonzales Roma, & Bakker, 2002).

For the study of these variables, two measuring instruments were applied; for happiness, the Reynaldo Alarcon Factorial Scale was used and the instrument in Spanish version of the Utrecht Work Engagement Scale (UWES) was applied, applied to 72 workers. The general research method is deductive, applied type, descriptive level - correlational, with non-experimental, transactional or transversal design.

There are new challenges for the management of human talent, the former commercial director of jobs Bumeran emphasizes us in implementing a Happiness Management and the appropriate tools that favor, together with the Institute of Economic Development of School of Business Administration for Graduates - Esan provides a new administrative methodology that will help to obtain benefits: (a) increases the level of commitment, (b) reduces the level of absenteeism and rotation, (c) decreases costs, (d) minimizes downtime, (e) reduces costs generated by robberies (Kamt, 2018).

The consulting firm Great Place to Work explained that there is an evolution and achievement of culture change based on the commitment in the leaders of the *Retailers* that operate in Peru as Peruvian Supermarkets, Saga Falabella, Sodimac, Tottus among others, by having in charge a considerable number of employees is where the question arises of how the

work environment is in these workplaces; They constantly have the challenge of maintaining the work team so that the main benefit is of a solid, stable culture and is maintained in internal changes (restructuring, human resources team) over time. It is important that these leaders of the *Retailers* keep in mind to identify the needs and expectations of the human team, whether administrative and operations, since having a committed and motivated team brings the best results (Grinstein, 2016).

After the data processing, regarding the first specific objective that focused on identifying the differences in happiness in the workers of a company in the *Retail-Supermarket* sector, it concludes with values regarding the gender of .890, age with .507, area of I work with .280 and residence time of .859, therefore there are no differences between the happiness variable and those mentioned above. For the following specific objective, to identify the differences in the level of engagement in the workers of a company of the *Retail-Supermarket* Sector, with respect to gender, a value of .443, in age with .443, has been obtained for the work area with .293 and the time of permanence with .248, it is concluded that there are no differences that is to say that the interveners mentioned above will not influence the engagement levels. The third objective in determining the relationship between happiness and engagement in the workers of a *Retail-Supermarket* Sector company, that at 95% there is no relationship between these variables, where it can be observed that they have an equivalence degree of .774, being lower at the calculated critical value of 16.1919; Thus, reference is made that not necessarily greater happiness at work, this will be reflected in high levels of engagement, obtaining this result does not support the revised theory in general.

Keywords: Happiness, positive sense of life, satisfaction with life, personal fulfillment, joy of life, Engagement, vigor, dedication, absorption.

Introducción

El presente trabajo de investigación consiste en demostrar la relación y diferencias entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del Sector *Retail*- Supermercados – Huancayo, teniendo como primer y segundo objetivo específico identificar las diferencias del nivel de felicidad y *engagement* debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo y como último objetivo específico el determinar la relación de felicidad y *engagement*.

Los datos se obtuvieron tras la aplicación de los cuestionarios de medición de cada variable en estudio, cuestionarios que han sido aplicados a 72 trabajadores. El método general de la investigación es deductivo, de tipo aplicada, nivel descriptivo - correlacional, con diseño no experimental, transaccional o transversal. Para ello el contenido de este trabajo está dividido en seis capítulos.

El capítulo I señala la delimitación espacial, temporal y conceptual que se estableció para el adecuado desarrollo, asimismo, se expresa el planteamiento y formulación del problema general y específicos con sus correspondientes objetivos y justificaciones teórica, práctica y metodológica. El capítulo II concierne al marco teórico, contiene los antecedentes de la investigación que abarca artículos científicos y tesis nacionales e internacionales, la base teórica sobre la variable de felicidad y *engagement*, por último, la definición de los términos básicos. El capítulo III abarca el planteamiento de la hipótesis en base de los problemas y objetivos de la investigación, también contiene la identificación y operacionalización de las variables felicidad y *engagement*. El capítulo IV presenta la metodología señalando el método general, específico y la configuración de la investigación; población y muestra designada para el análisis de las variables, técnicas para la recolección, su procesamiento y la descripción de análisis de datos. El capítulo V abarca los resultados de la investigación, descripción de trabajo de campo, presentación y contrastación de resultados en función de los antecedentes de la investigación y las respectivas conclusiones y recomendaciones. Y por último en el capítulo

VI da a conocer la discusión de los resultados, posteriormente se exponen las conclusiones y recomendaciones para la investigación.

Capítulo I: Planteamiento Del Estudio

Al ser el objeto del estudio se debe de llevar cuidadosamente la lógica y coherencia puesto que esto depende el curso de la investigación y el éxito de los resultados que se obtienen al final de todo el proceso (Maurera, 2013).

1.1. Delimitación de la Investigación

Es determinar un área de interés en un determinado tiempo y espacio a fin de contextualizar el problema en términos claros y homogéneos (Sabino, 1986).

1.1.1. Espacial.

Consiste en señalar el lugar donde se va a llevar a cabo la investigación, para ello, es necesario que se mencione el nombre del lugar, centro poblado, provincia, departamento, entre otros (Alfaro, 2012). La presente investigación se desarrollará en una empresa del sector *Retail* - Supermercados en la ciudad de Huancayo-2019, a solicitud de la empresa se resguardará el nombre por motivos de confiabilidad.

1.1.2. Temporal.

Se refiere al periodo de tiempo que se ha toma en cuenta con relación a hechos, fenómenos, sujetos de la realidad (Alfaro, 2012). La presente investigación se desarrolló entre los meses mayo a noviembre del periodo 2019.

1.1.3. Conceptual.

Se utilizará conceptualmente las variables: Felicidad y *Engagement*.

Para la variable *Engagement*, se utilizó el instrumento *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) de Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker en el año 2002 con 17 ítems en total.

Y para la Felicidad se utilizó la Escala Factorial de Reynaldo Alarcón el 2006 con 27 ítems en total.

1.2. Planteamiento del Problema

El interés por la felicidad no es reciente, desde la filosofía de Platón y Aristóteles se cuestionaban sobre qué es ser feliz. En los últimos años ha vuelto a retomar la importancia a partir de trabajos de investigación; la felicidad es un tema que se ha consolidado ampliamente en la cultura moderna; al buscar en un navegador la palabra *happiness* se halla más de 30,519 títulos, desde libros de autoayuda, estudios científicos y campañas de publicidad, en este último se da a conocer que al consumir un cierto tipo de producto y servicio es alcanzar la felicidad. También indica que existen sucesos que se consolidaron en el ámbito académico desde junio del 2000, fecha en que se publicó el primer número del *Journal of Happiness Studies*, así como la Universidad de Oxford publicó *The science of well-being*; ya en el año 2012 la Organización de las Naciones Unidas propuso un nuevo paradigma que se basa en la felicidad y el bienestar (Yamamoto, 2013).

Se da a conocer mediante un estudio científico realizado por Seligman (2002) que los equipos de trabajo son quienes experimentan y se contagian de más emociones positivas como la felicidad, es así que hay una colaboración y mejora en el rendimiento; en otra investigación hecha por Csikszentmihaly(1998) quien concluye que la felicidad no depende solo de los momentos grandiosos como cuando se logra comprar una casa, el casarse o vacacionar; sino de algo más profundo como el trabajo, y su vivencia diaria en ella.

El nuevo desafío para la gestión de talento humano es descubrir nuevos procesos de transformación respecto a los colaboradores; el ex director comercial de empleos *Bumeran* indica que es importante realizar la implementación de una Gerencia de Felicidad en las empresas, no solo con el objetivo de promover las buenas prácticas que mejoran el ambiente laboral, sino brindar las herramientas adecuadas para que favorezcan su felicidad; por lo cual, junto con Instituto de Desarrollo Económico de Escuela de Administración de Negocios para Egresados - Esan confirman que esta nueva metodología administrativa brindará beneficios

como: (a) incrementar el nivel de compromiso al encontrar sentido y utilidad de su labor, (b) reduce el nivel de ausentismo y rotación dentro de la empresa puesto que no hay necesidad de cambiar de trabajo y ser el mejor embajador del centro laboral, (c) disminución de costos sobre salud porque buscaran el bienestar físico- mental y emocional, (d) se minimizarán los tiempos improductivos, pues se enfocarán a sus metas y logros, (e) se reduce los costos generados por robos puesto que el mismo colaborador cuidará de su centro laboral (Kamt, 2018).

El 87% de las empresa considera que al tener la falta de compromiso vendrían hacer su principal problema, en el estudio realizado por *Deloitte* en 2015 señala que el 50% de los ejecutivos cita la problemática de cultura organizacional y falta de compromiso como muy importante, es así que lo trabajadores están forzando a los empleadores a tener un cambio de expectativas en especial los *Millennials* ya que estos desarrollan nueva formas de trabajar, producir y consumir; ante lo dicho anteriormente las respuestas de las empresas son lentitud y quedándose con poco desarrollo de las habilidades. Por lo tanto, las empresas deben tener nuevas formas innovadoras para gestionar a los colaboradores y proponer ideas, puesto que se evidencia que el 60% de los líderes de recursos humanos no dispone de un programa adecuado para la medición del compromiso; a partir del 2015 se evidenció mayor énfasis en aspectos como compromiso y satisfacción con la finalidad de tener solidas herramientas de gestión del talento como un aspecto no solo de importancia sino fundamental para el logro de resultados esperados (D´Agostino, 2015).

Según el informe Tendencias Globales del Capital Humano menciona que el Perú es uno de los países con mayor compromiso laboral, pero que aún sigue siendo un tema de interés al ser un punto por fortalecer. El compromiso es una influencia directa en el desempeño de los colaboradores, repercutiendo en los niveles de productividad que generarían rentabilidad a la empresa. El Perú tiene un promedio de 74% a nivel de América Latina en el informe elaborado por *Aon Hewitt* 2016 líder global de soluciones en recursos humanos. La razón de estos

resultados es porque las organizaciones han fijado importancia en las oportunidades de desarrollo y capacitación, remuneraciones y el reconocimiento siendo estos factores claves para el crecimiento de compromiso laboral; por otro lado, esto lleva a que las empresas busquen que los colaboradores fortalezcan este sentido de compromiso.

Es materia de interés para todas las organizaciones el reconocer y mantener el compromiso laboral es así como la profesora de Gerencia Estratégica de Administración de Negocios para Egresados-Esan, sostiene que lograr el compromiso en los colaboradores es una de las más grandes preocupaciones, puesto que demanda una disponibilidad para asumir el rol encomendado y esté dispuesto el lograr el objetivo mutuo. Da a conocer que para poder lograr es importante reconocer las conductas que los colaboradores tengan con relación al compromiso laboral, estas se pueden observar mediante el entusiasmo, dedicación e indicadores como : (a) calificación del cliente, (b) productividad, (c) rotación, (d) rentabilidad, (e) absentismo; tanto en el sector público como privado se requiere de colaboradores involucrados para el logro de objetivos, solo cambiaría la forma de conseguirlo esto guiándose de la cultura de cada sector (Arbaiza, 2017).

La empresa consultora *Great Place to Work* detalló que hay un evolución y logro de cambio de cultura a partir del compromiso en los líderes de los *Retailers* que operan en el Perú como Supermercados Peruanos, Saga Falabella, Sodimac, Tottus entre otros, puesto que tienen a cargo una cantidad considerable de empleados es así donde surge la pregunta de cómo es el clima laboral en estos lugares de trabajo; constantemente tienen el reto de mantener el equipo humano de trabajo para que el beneficio principal sea de una cultura sólida, estable y se mantenga en los cambios internos (reestructuraciones, equipo de recursos humanos) en el transcurso del tiempo. Es importante que estos líderes de los *Retailers* tengan presente identificar las necesidades del equipo humano, y de esta manera brindar las herramientas

necesarias para generar conductas favorecedoras, buscando así el compromiso e identificación con la institución. (Grinstein, 2016).

La presente investigación surge luego de que la empresa haya obtención información de todas sus sedes al nivel nacional, sobre los niveles de compromiso de sus colaboradores; siendo este el punto de partida para fijar su interés en identificar las conductas que generen una conducta de fidelización y felicidad con la empresa. Por ende, se busca determinar la relación entre las variables felicidad y *engagement* en los colaboradores de la empresa *retail* en la ciudad de Huancayo.

1.3. Formulación del Problema

Es el primer paso de todo el proceso de investigación donde consiste en la formulación de problemas hasta encontrar la respuesta (Ezequiel, 1982).

1.3.1. Problema General.

La presente investigación intenta responder la siguiente cuestión:

¿Existe relación y diferencias entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *retail*-Supermercados – Huancayo?

1.3.2. Problemas Específicos.

La presente investigación intenta responder las siguientes cuestiones:

- ¿Cuáles son las diferencias del nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *retail*-Supermercados - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo?
- ¿Cuáles son las diferencias del nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*-Supermercados - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo?
- ¿Existe relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*-Supermercados - Huancayo?

1.4. Objetivos de la Investigación

Se considera como puntos de referencia por el cual se guía el desarrollo de la investigación así mismo se puede orientar todas las actividades del investigador hacia la ejecución de estos (Alfaro, 2012).

1.4.1. Objetivo General.

Se considera como el propósito final que está relacionado con el problema general y las variables (Alfaro, 2012). La presente investigación tiene como objetivo general lo siguiente:

Demostrar la relación y diferencias entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo.

1.4.2. Objetivos Específicos.

Se considera a los objetivos específicos como las acciones y operaciones necesarias que al investigador va a permitir que alcance el objetivo general (Alfaro, 2012).

La presente investigación tiene como objetivos específicos:

- Identificar las diferencias del nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercado - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.
- Identificar las diferencias del nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercado - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencias y área de trabajo.
- Determinar la relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercado - Huancayo.

1.5. Justificación de la Investigación

Para la justificación de la investigación es necesario justificar las razones por el cual se lleva a cabo la investigación y los beneficios que derivan (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991)

1.5.1. Justificación Teórica.

La justificación teórica es considerada como el propósito de la investigación, ayuda a generar la reflexión, confrontación de una teoría, contrastar resultados (Bernal, 2010).

1.5.2. Justificación Práctica.

La justificación práctica es cuando el desarrollo de la investigación ayuda a la resolución de un problema o propone estrategias (Bernal, 2010). Se justifica en este criterio porque como hay una preocupación por reducir la rotación del personal, asimismo lograr que el vínculo colaborador-empresa sea más sólido y este se convierta en un fiel cliente interno. El *engagement* es un factor que actualmente se busca en la mayoría de las organizaciones con la pretensión de tener a los mejores talentos y que estos crezcan a la par con la empresa, para lograr la felicidad de estos, y evidenciándose en lo hacen y cómo lo hacen.

1.5.3. Justificación Metodológica.

Se refiere cuando la investigación que se va a realizar ayuda a un método o estrategia para poder generar un conocimiento confiable (Bernal, 2010). La investigación es justificable metodológicamente debido a que aplica el método científico, por ello también se emplearon instrumentos fiables y medir nuestras variables: Felicidad y *Engagement*.

Capítulo II: Marco Teórico

El presente capítulo, muestra antecedentes en el ámbito nacional e internacional de las que existen algunas publicaciones que evidencian diversas realidades vinculadas a la investigación.

2.1. Antecedentes de Investigación

Para poder profundizar en un tema es conveniente conocer estudios, investigaciones y trabajos expertos (Hernández et al., 2010).

2.1.1. Artículos Científicos.

Representan los resultados originales de un informe escrito luego ya se convierte en una publicación válida o científica (Ecured, 2016).

El artículo Entusiasmo por el trabajo – *engagement*, es un estudio de validez en profesionales de la docencia en Lima, Perú, donde es un constructo que integra sentimientos de: (a) Vigor, (b) Dedicación, y (c) Absorción. Tiene por objetivo investigar la validez factorial de la *Utrecht Work Engagement Scale* - UWES en las versiones de 15 y nueve ítems, en una muestra de 145 profesores. Se utilizaron análisis exploratorios y análisis factoriales confirmatorios. Los resultados mostraron que la UWES tiene adecuadas propiedades psicométricas, respetando su estructura tridimensional y, particularmente, la versión de nueve ítems evidenció los mejores índices de ajuste. Futuros estudios deberán confirmar estos hallazgos. Este artículo refuerza la validez del instrumento con respecto a su significancia en la medición de sus tres dimensiones y su aplicación (Jimenez, 2013).

En el artículo titulado Prácticas organizacionales saludables: un análisis exploratorio de su impacto relativo sobre el *engagement* con el trabajo, se sitúa las prácticas organizacionales saludables como un elemento clave para fomentar el bienestar en el trabajo (i.e., *engagement*). El objetivo es explorar la influencia de las prácticas organizacionales saludables en el *engagement* con el trabajo. La muestra está compuesta por una organización española

perteneciente al sector industrial ($n = 218$). Los resultados de Modelos de Ecuaciones Estructurales muestran que las prácticas organizacionales saludables se relacionan de manera positiva y significativa con el *engagement* ($\beta = .40, p < .001$). Las prácticas más relacionadas son, por orden de importancia: (a) la salud psicosocial, (b) el desarrollo de habilidades, y (c) el desarrollo de carrera; y si bien estas se muestran en rasgos generales están vinculadas a conceptos como clima, satisfacción, cultura, siendo estos criterios en el desarrollo organizacional conjunto al del colaborador (Acosta, Torrente, & Lloren, 2013).

2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.

La tesis titulada Felicidad y *engagement* en estudiantes de educación superior que trabajan en Lima, estudia si existe relación entre la felicidad y el *engagement* en estudiantes de educación superior que trabajan. Realiza un estudio descriptivo correlacional de corte transversal. Evalúa un total de 338 estudiantes de centros de estudios superiores en universidades e institutos superiores. Los datos se obtienen a través de la escala de felicidad de Lima, con una validez de criterio con la escala de afectos positivos de $r=.48, p=0.80$ y confiabilidad de $\alpha >.77$, para la muestra de estudio. La escala de felicidad posee las siguientes dimensiones: (a) ausencia de sufrimiento profundo, (b) satisfacción con la vida, (c) realización personal, (d) alegría de vivir; mientras que el cuestionario de *engagement* toma en cuenta las dimensiones: (a) vigor, (b) dedicación, y (c) absorción. Hay relación entre felicidad y *engagement*, encontrándose en un nivel moderado bajo, la variable felicidad tuvo mayor correlación con las dimensiones dedicación y vigor del *engagement*. Las dimensiones ausencia de sufrimiento profundo y satisfacción con la vida de la variable felicidad se correlacionan significativamente con las dimensiones de dedicación y vigor del *engagement* (Davey, 2016).

En el trabajo llamado Relación entre la felicidad y *engagement* en trabajadores de una empresa del sector *Retail* con enfoque cuantitativo, aplicado y no experimental, de tipo transeccional, de método descriptivo correlacional; tuvo como objetivo determinar la

existencia de relación significativa entre el grado de felicidad y el nivel de *engagement* que presentan los trabajadores de una tienda del sector *Retail* de Lima Este; así mismo busca identificar las dimensiones de felicidad que presentan los trabajadores y finalmente determinar la existencia de relación significativa entre las dimensiones de felicidad el nivel de *engagement*, considerando como variables intervinientes el sexo, modalidad de contrato e hijos. Para ello se contó con la participación de 157 personas, de los cuales el 63% son mujeres, 37% son hombres; en cuanto a la modalidad de contrato, 54% registra contrato indeterminado, 31% modal a tiempo completo y 15% a tiempo parcial; finalmente 52% de la muestra registra tener hijos y el 48% registra no tenerlos. En el presente estudio se utilizaron los instrumentos de la Escala de Felicidad de Lima (EFL) de Reynaldo Alarcón, 2006 y la *Utrecht Work Engagement* 15 (UWES) validada por Cinthya Flores Jiménez y col el 2015. Los resultados más destacados indican que existe una relación directa entre la felicidad y el *engagement*, la cual es de débil a moderada; así mismo se encuentra que existen dimensiones de la felicidad en trabajadores de una empresa del sector *Retail*, las cuales mantienen la estructura de la Escala de Felicidad de Lima (EFL) y posee un nivel de confiabilidad alto; respecto a la existencia de relación significativa entre las dimensiones de la felicidad y el *engagement*, se encuentra que solo existe correlación directa entre la realización personal perteneciente a la dimensión de la felicidad, y el *engagement*. (Delgado, Mesía, & Romero, 2017).

En la tesis titulada Felicidad y Compromiso Organizacional en una empresa del sector farmacéutico peruano de Coronado, Olortegui, Pérez, & Rondon (2017), se plantea como objetivo determinar la influencia de la felicidad sobre el compromiso organizacional la cual describe y analiza la relación existente entre el modelo de felicidad de Hills y Argyle para equivaler con una medida más equivalente al Inventario de Felicidad de Oxford OHQ (2002) con los que se divide cuatro grupos que coincide con las dimensiones de felicidad de: (a) sentido positivo de la vida, (b) satisfacción de la vida, (c) realización de la vida, y (d) alegría

de vivir; en cambio el cuestionario de OCQ consta de tres componentes junto con compromiso organizacional: (a) afectivo, (b) continuo y (c) normativo) del modelo de Allen y Meyer - (1990). Se trata de un estudio con un enfoque cuantitativo, transeccional, no experimental, con alcance de tipo descriptivo-correlacional, el cual se aplicó a 305 colaboradores de esta empresa farmacéutica. Los resultados de esta investigación concluyeron que el compromiso organizacional, principalmente por su componente afectivo, tiene una relación directa moderadamente alta con la felicidad, primordialmente por su relación con la dimensión sobre satisfacción con la vida. Sin embargo, existe relación directa y moderada débil entre la felicidad del colaborador y el componente continuo del compromiso organizacional, lo que sugiere que el trabajador está dispuesto a cambiar de empleo sin importar su tiempo de permanencia.

La investigación Relación entre *engagement* y felicidad en trabajadores de una empresa *outsourcing* en el distrito de San Borja, 2018 tuvo el propósito de determinar la relación, en una muestra que se utilizó fue de 196 trabajadores entre ambos sexos. Así mismo, se utilizó para medir *engagement* la prueba de Escala *Utrecht de Engagement* en el trabajo (UWES) y para medir Felicidad se utilizó la escala de Felicidad de Lima de Reynaldo Alarcón. En esta investigación se obtuvo como resultado la relación entre las variables de *engagement* y felicidad ($Rho = .382$), además es altamente significativa con nivel de significancia de .05 (Sig. =.000), así como también se obtuvo un nivel de *engagement* alto en los trabajadores evaluados, y en cuanto a la variable felicidad, el nivel alcanzado fue muy alto. (Toledo, 2018)

La investigación Felicidad y *Engagement* en docentes en una corporación educativa particular tuvo el propósito de encontrar la correlación entre conformada por cinco colegios en la ciudad de Arequipa en el 2017, con una muestra compuesta por 123 personas de ambos sexos, ocupando diferentes puestos de trabajo los cuales son Coordinadores, Directivos, Auxiliares y Docentes, para lo cual se les aplicó la Escala de Felicidad de Reynaldo Alarcón y el Cuestionario de *Engagement* (UWES). Encontrándose una correlación moderada y positiva

entre las variables de Felicidad y *Engagement*. Siendo concordante con investigaciones pasadas en donde se obtuvo resultados similares (Lastra & Tamayo, 2017).

Calla (2019) en su investigación denominada Relación entre el *Engagement* y el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa Royal Knit S.A.C., busca determinar la relación del *engagement* y el desempeño laboral. Esto fue aplicado a 14 personas que venían laborando más de cuatro años dentro de la organización. Mediante el coeficiente de correlación de Pearson con un nivel de significancia del 95% y con el resultado de .6440 en el programa SPSS, se demuestra que hay una relación positiva moderada de ambas variables que demuestra que, si hay colaboradores felices, mayor será el desempeño y enganche con la organización.

En la tesis titulada Felicidad y *Engagement* en los colaboradores de una empresa distribuidora de productos masivos en Chiclayo de Espinoza (2019); plantean como objetivo el estudio de la relación entre ambas variables mencionadas. Para determinar la relación, se hizo uso de los instrumentos Escala de Felicidad de Lima de Alarcón (2009) y UWES de Salanova y Schaufeli (2019), con un total de 300 encuestados, se halla que una relación entre ambas variables con el valor de .200 considerado un nivel bajo moderado, además m la variable felicidad tuvo mayor correlación con las dimensiones dedicación y vigor del *engagement*, por otro lado, las dimensiones de felicidad, ausencia de sufrimiento profundo y satisfacción con la vida tienen una correlación significativa con las dimensiones de *engagement*, dedicación y vigor.

La investigación llevada a cabo por Mendoza (2018) en la ciudad de Lima, llamada *Engagement* y Satisfacción Laboral en colaboradores de una empresa *retail* del distrito de Chorrillos, 2018, tuvo como objetivo principal el determinar la relación entre *engagement* y la Satisfacción Laboral. Esta investigación es de tipo descriptivo – correlacional, no experimental. Se utilizaron las escalas *Utrecht de Engagement* en el Trabajo (UWES), para *engagement*, y la Escala de Satisfacción Laboral Warr, Cook y Wall para medir la Satisfacción. El valor de la

fiabilidad para la variable *engagement* fue mediante el alfa de Cronbach de .923 siendo este un buen nivel, y para felicidad .877 siendo el adecuado. Los resultados indican que no hay una relación significativa entre ambas variables, además se determinó que si existe una relación significativa entre la dimensión vigor del *engagement* y la satisfacción laboral.

En la investigación titulada Relación entre el *Engagement* con la Satisfacción Laboral de los trabajadores de la Universidad Autónoma San Francisco S.A.C, Arequipa 2019 de Concha & Paucar, (2019), mediante las herramientas, *Uwes Utrecht Work Engagemetn Scale* para la variable *engagement*, y la Escala Satisfacción Laboral (SLSPC). Se determina los 75 encuestados, se identifica que el 44% (33) tienen niveles bajos de *engagement* lo que refleja el no sentirse comprometidos con las actividades que tienen asignados, otro 40% (30) con niveles medios de *engagement*, y finalmente el 16% (12) con niveles altos. Por otro lado, en cuanto a la variable Satisfacción laboral, se muestra que el 41.3% (31) están regularmente satisfechos, el 38.7% (29) sienten una parcial insatisfacción, mientras que el 14.7% (11), lo que concluye una preocupación puesto que la mayoría de colaboradores no se encuentra satisfecho laboralmente, y esto se refleja en la ejecución de sus actividades y sobre todo en su descontento en general. Agregar que, también se identifica cansancio y/o falta de energía, no hay motivación la para realización de sus tareas, los colaborares sienten que sus actividades son monótonas y no los reta al crecimiento personal.

Lazaro (2019) con el estudio Felicidad y *Engagement* Laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero en Lima Metropolitana, con el propósito de determinar la relación que hay entre la felicidad y el *engagement*. Esta investigación fue realizada a 181 trabajadores de ambos sexos, de tipo descriptivo y correlacional, no experimental. Los instrumentos empleados fueron la Escala de Felicidad de Lima y la *Uwes Utrecht Work Engagement Scale*. Los resultados muestran que el 51.4% son felices y altamente felices, y el

35.4% presentan *engagement* laboral promedio, concluyendo que los trabajadores que son altamente felices tienen una mayor frecuencia en niveles altos de *engagement*.

2.2. Bases Teóricas

Las teorías elegidas para esta investigación, en la variable *engagement* se utilizó el modelo de Shaufeli et al., (2002) dado que aplica el mismo instrumento y porque su teoría ayudó análisis de nuestros resultados. En segundo lugar, para variable Felicidad de Alarcón (2006), donde gracias a sus dimensiones, se pudo realizar una mejor medición de aspectos dentro de la felicidad que se reflejan en las personas y a la vez considerando su relación con lo laboral.

2.2.1. Modelos de *Engagement*.

El *engagement* manifiesta la conexión enérgica y efectiva de los empleados con su trabajo. Teniendo las dimensiones vigor y dedicación que son considerados los opuestos de las dimensiones del *burnout*: agotamiento y cinismo, donde el continuo serían la energía o activación y la identificación respectivamente; es decir, están relacionados con factores como agotamiento, distanciamiento, sobrecarga, presión, entre otros. Dentro de sus investigaciones los autores mencionan que, mediante las entrevistas y discusiones a los empleados y supervisores, los empleados encuentran un estado mental llamada: absorción, que vendría hacer el opuesto de la eficacia profesional; esta investigación también va relacionada con la existencia de recursos personales como son las creencias en la propia eficacia personal o autoeficacia, además de su relación positiva asociada con características del puesto que pueden considerarse como recursos motivadores o vigorizantes del trabajo. Las repercusiones del *Engagement* se reflejan en las actitudes de los colaboradores entre ellos: su desempeño, la satisfacción, el compromiso y baja intención de abandonar la organización. Por este lado, los empleados *engaged* suelen tener conductas más proactivas además de la motivación de aprender nuevas cosas y nuevos retos. Resumiendo, el *engagement* es predictor de conductas

que van más allá de los comportamientos esperados por un empleado estándar. Cabe resaltar que esta investigación es un nuevo reto para el área de recursos humanos porque busca mejorar las estrategias de gestión de los colaboradores Shaufeli et al., (2002).

Por otro lado, Maslach y Leiter (1997) menciona en su Modelo Estructural el *engagement* y el *burnout* que constituyen a lo opuesto del bienestar laboral, y para el *engagement* se proponen las siguientes dimensiones denominadas: (a) energía, (b) implicación y (c) eficacia; además representa un objetivo deseado para implementar intervenciones al *burnout* gestionando resultados positivos en la compatibilidad entre las características propias del individuo y el trabajo específico que desempeña.

En el Modelo del Intercambio Social de Saks (2006) sostiene que los colaboradores presentan diversos niveles de *engagement* como respuesta a los recursos que reciben de parte de la empresa, como emocionales o recursos económicos y de esta forma retribuirlos con una actitud comprometida.

El Modelo del impacto de recursos personales en el *engagement* de Ouweneel, Le Blanc, Schaufeli, y Van Wijhe (2012) plantea la relación recíproca entre las emociones positivas y los recursos personales, es decir que experimentan emociones positivas desarrollan mejores habilidades relacionadas con el trabajo.

2.2.2. Felicidad Organizacional.

Define la felicidad como un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado. Donde las dimensiones son: (a) Sentido positivo de la vida, hace referencia una sensación sin estados de depresión o vacíos existenciales, sino por el contrario, sentimientos positivos hacia sí mismo y de la vida. En la dimensión (b) satisfacción de la vida, es la sensación de logro. La (c) realización de personal que implica la tranquilidad emocional que se ha conseguido, sin remordimiento. Para terminar

la dimensión (d) alegría de vivir que busca que la persona mantenga una actitud positiva antes situaciones difíciles (Alarcón, 2006).

Menciona Vásquez (2015) que la felicidad tiene dos componentes: afectivo y cognitivo. El primero que trata de la frecuencia de emociones positivas y negativas que se pueda tener, y el segundo que abarca la satisfacción en diversos aspectos de la vida. Según desarrolla Diener (2000), valora a la felicidad desde una perspectiva psicológica haciendo mención a un bienestar subjetivo, considerando la satisfacción personal, sentimientos positivos, estos dos en una escala alta y por el contrario sentimientos negativos a escala menor. Mencionan Sharifzadeh y Almaraz (2014), que la felicidad está en relación con la productividad. Este estudio sintetiza que la felicidad de un colaborador gira en torno a la remuneración, reconocimiento y empoderamiento, otorgados. Por otro lado, Yamamoto (2013), indica que para entender la felicidad se requieren de dos pasos, indicar las necesidades asociadas a la felicidad misma y analizar las necesidades asociadas de formar positiva o negativa a felicidad.

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1. Engagement.

Se refiere a un estado afectivo-cognitivo más persistente que no está focalizado en un objeto, evento o situación particular. Este se caracteriza por altos niveles de energía y una fuerte identificación con el trabajo Shaufeli et al., (2002).

2.3.2. Vigor.

Se caracteriza por altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja Shaufeli et al., (2002).

2.3.2. Dedicación.

Denota la implicación laboral, junto con el sentimiento de significación, entusiasmo, inspiración, orgullo y reto por el trabajo Shaufeli et al., (2002).

2.3.3. Absorción.

Se da cuando se está totalmente concentrado en el trabajo mientras se experimenta que el tiempo se pasa volando, teniendo dificultad de desconectar con lo que se está haciendo Shaufeli et al., (2002).

2.3.4. Felicidad.

Estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado (Alarcón, 2006).

2.3.5. Sentido positivo de la vida.

Hace referencia una sensación sin estados de depresión o vacíos existenciales, sino por el contrario (Alarcón, 2006).

2.3.6. Satisfacción con la vida.

Es la sensación de logro (Alarcón, 2006).

2.3.7. Realización personal.

Implica la tranquilidad emocional por lo que ya se ya se ha conseguido, sin remordimiento (Alarcón, 2006).

2.3.8. Alegría de la vida.

Busca que la persona mantenga una actitud positiva antes situaciones difíciles (Alarcón, 2006).

Capítulo III: Hipótesis y Variables

Considerar la hipótesis es indicar lo que se trata de probar y se define como explicaciones tentativas de lo que se investiga Hernández et al., (2010). Una variable llega a ser un elemento muy importante dentro de la investigación, puesto que ayuda a ordenar, estructurar y sistematizar mediante una proposición (Alfaro, 2012).

3.1. Hipótesis

3.1. Hipótesis General.

En base al objetivo general de la investigación señalada y las relaciones que se pretenden encontrar, este trabajo de la investigación plantea la siguiente hipótesis general:

Existe relación y diferencias entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*- Supermercados - Huancayo.

3.2. Hipótesis Específicas.

En base a los objetivos generales de la investigación señalada y las relaciones que se pretenden encontrar, este trabajo de la investigación plantea las siguientes hipótesis específicas:

- Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*- Supermercado - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.
- Existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*-Supermercado - Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.
- Existe relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercado - Huancayo.

3.2. Identificación de Variables

Elemento que relaciona la teoría con la investigación, donde ayuda a descubrir nuevos hechos para obtener datos en función de una pregunta que va relacionada al problema de la investigación (Tamayo, 2010).

3.2.1. Variable dependiente.

Define variable dependiente como los efectos o resultados que es del fenómeno que se investiga (Alfaro, 2012). A continuación, se define conceptualmente la variable dependiente *engagement*: Estado mental positivo que se relaciona con el trabajo, que se caracteriza con el vigor, dedicación y absorción, donde se logra el compromiso de los empleados hacia el trabajo Shaufeli et al., (2002).

3.3.2. Variable Independiente.

Define la variable independiente como elementos o factores en donde se explica el fenómeno científico (Alfaro, 2012). A continuación, se define conceptualmente la variable independiente felicidad. Se refiere a un estado efectivo de satisfacción de un individuo donde atraviesa por obtener el bien deseado (Alarcón, 2006).

3.3. Operacionalización de Variables

Corresponde a la matriz de definiciones operacionales donde se detalla ambas variables de estudio con sus respectivas definiciones conceptuales, operacional, dimensiones, indicadores, unidad de medida, escala y valores utilizados. (Ver Apéndice B)

Capítulo IV: Metodología

Se refiere a los métodos de la investigación que se tiene que seguir para poder los objetivos de una ciencia o estudio (Robert, 2002).

4.1. Métodos de Investigación

4.1.1. Métodos Generales.

Se refiere que un método general consiste en formular cuestiones como problemas sobre la realidad, se tiene como base la observación de la realidad y teoría, anticipar los problemas y verificar. (Bravo, 1988).

En el método general que se utilizará para la presente investigación es mediante el método científico y deductivo.

4.1.2. Métodos Específicos.

Un método específico se emplea para un estudio de una determinada realidad, respecto al análisis de las cualidades y de conexión interna de los hechos determinados (Carrasco, 2002). Es considerado el método deductivo como formular leyes generales o universales de cierta observación a los casos particulares (Paitán, 2014).

4.2.1. Enfoque de la investigación.

El enfoque cuantitativo evalúa el proceso de desarrollo de los respectivos sucesos donde no hay la manipulación ni estimulación respecto a la realidad (Corbetta, 2003). Para la presente investigación el enfoque es cuantitativo, pues se describirá la situación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*- Supermercado – Huancayo.

4.2.2. Tipo de investigación

Define a la investigación aplicada con el nombre de práctica puesto que tiene como característica buscar la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos donde se tiene un resultado de forma rigurosa, organizada y sistemática cuando se conoce la realidad (Murrillo, 2008). La investigación será aplicada, pues se aplicará los conocimientos adquiridos

acerca de la relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*- Supermercado - Huancayo.

4.2.3. Nivel de investigación

Se define un nivel de investigación como el grado de profundidad que se aborda un fenómeno o el objeto de estudio (Hernández et al , 2012). Define el nivel correlacional cuando hay asociatividad de variable mediante un patrón predecible para un determinado grupo o población (Hernández et al.,2010). Para la presente investigación en nivel que alcanzara es descriptiva - correlacional de los fenómenos, porque el estudio está orientado a encontrar una relación entre las variables de felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercado - Huancayo.

4.2.4. Diseño de investigación

El diseño no experimental es la manipulación de las variables, ahí se observa tal y como está el fenómeno en un contexto natural y posteriormente se analiza (Hernández et al., 1998). El diseño transaccional o transversal es una recolección de datos en un mismo momento y tiempo donde el propósito es describir y analizar la interrelación de estos (Hernández et al., 1998). Hernández et al. (1998), define al diseño transaccional donde se puede describir las relaciones de las variables en un momento determinado entre dos o más variables donde se describe de forma relacional. En la presente investigación su diseño será no experimental, transeccional o transversal.

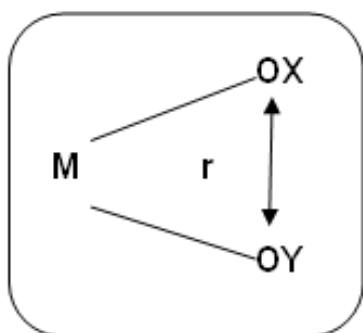


Figura 1. Diseño de la Investigación

Donde:

- M= Muestra de estudio
- O_x = Felicidad
- O_y = *Engagement*
- R= Correlación existente entre las variables

4.3. Población y Muestra

4.3.1. Población.

La población es el conjunto de todos los elementos (personas, medidas) donde se evalúa y se incluye a todos los sujetos que se estudiará (Triola, 2009). La población de la presente investigación asciende a 74 trabajadores de la empresa del sector *Retail*- Supermercado - Huancayo.

4.3.2. Muestra.

Define la muestra como grupo de individuos que se ha seleccionado de una determinada población para estudiar cierto fenómeno (Tamayo, 2010).

4.3.2.1. Unidad de análisis.

Hernandez et.al., (2010) define como unidad de análisis a individuos, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones entre otros. La unidad por analizar en la presente investigación corresponde al conjunto de personas entre varones y mujeres, mayores de 18 años, de las áreas de operaciones, perecibles, PGC, no alimentación y administrativo, en una empresa del sector *Retail*- supermercados con sede única en la Ciudad de Huancayo, donde a solicitud de la empresa se resguardará por el nombre por motivos de confiabilidad.

4.3.2.2. Tamaño de la muestra.

El muestreo por conveniencia busca obtener una muestra de elementos convenientes, la selección de las unidades se deja principalmente al entrevistador, además no consume tiempo, accesible, sencilla de medir (Malhotra, 2008).

En la presente investigación, la muestra fue por conveniencia donde el total de trabajadores asciende a 74 trabajadores que prestan servicios en la empresa del Sector *Retail-Supermercados* - Huancayo. Se utilizó la fórmula de muestra finita donde indica que mínimamente se tienen que encuestar 69 personas, para que sea representativa y significativa se optó a realizar a 72 trabajadores, puesto que los 2 restantes se encontraban de vacaciones.

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza (correspondientes con tabla de valores de Z).

p= Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q= Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1- p. Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q.

N= Tamaño del universo (Se conoce porque es finito).

e= Error de estimación máximo aceptado.

n= Tamaño de la muestra $n = \frac{1.96^2 * 74 * 0.05 * 0.05}{0.03^2 * (74 - 1) + (1.96^2 * 0.05 * 0.05)}$

$$n = 69$$

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Define un instrumento de recolección de datos como un recurso donde el investigador hace valer para acercarse a los fenómenos y extraer la información (Sabino, 1986).

Se ha escogido dos instrumentos para la medición de las variables, para esta investigación se aplica en la variable de *engagement* el instrumento en versión español del *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES); y la Escala Factorial para medir la Felicidad de Reynaldo Alarcón.

4.4.1. Utrecht Work *Engagement* Scale (UWES).

El instrumento consta de 17 ítems, la dimensión de vigor que evalúa seis ítems, donde busca medir los niveles de energía y resistencia mental en el trabajo; la dimensión de dedicación con cinco ítems que refieren al significado que tiene el trabajo para el colaborador; y finalmente la dimensión de absorción que mide seis ítems que hace referencia los sentimientos de felicidad en su lugar de trabajo. Se encuentran en una escala de Likert de siete calificaciones: (0) Nunca, (1) Esporádicamente/Pocas veces al año, (2) De vez en cuando/Una vez al mes o menos, (3) Regularmente/algunas veces al mes, (4) Frecuentemente/una vez por semana, (5) Muy frecuentemente/varias veces por semana y (6) Diariamente.

Tabla 1

Ítems de la escala Utrecht Work Engagement Scale

Utrecht Work <i>Engagement</i> Scale	Dimensiones	Ítems
	Dedicación	2, 5, 7, 10, 13
	Vigor	1, 4, 5, 12, 15, 17
	Absorción	3, 6, 9, 11, 14, 16

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad de la variable Engagement

Dimensión	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Dedicación	.708	5
Vigor	.749	6
Absorción	.651	6

Para estimar la consistencia y fiabilidad del instrumento de la variable de *engagement* se ha realizado el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual se realiza a través de la agrupación de los respectivos ítems (Gonzales & Pazmino, 2015).

Los resultados de fiabilidad para la variable de *engagement*, para cada dimensión se detallan en la Tabla 2 dando como resultados valores a favor, así mismo se realizó el análisis factorial que es una técnica para reducir la dimensionalidad de los datos, con la finalidad determinar un número reducido de factores que puedan representar a la variable original. Fuente Fernández, (2011); asimismo, evalúa si todas las dimensiones de la variable son adecuadas para medirla. Se halló que la matriz de correlación presenta un valor determinante igual a .014, por lo cual se realizó la segunda prueba del análisis factorial a través de la Media de adecuación de la muestra KMO (*Kaiser-Meyer-Olki*); para ello, se tiene el siguiente esquema: si el resultado $KMO \geq .75$ = bueno; si $KMO \geq .5$ = aceptable, y si $KMO < .5$ = inaceptable; es decir, mientras el valor se acerque a uno la relación que existe entre las variables es más alta, por lo tanto los resultados serán buenos y aceptables sin la necesidad de la eliminación de una variable, si el valor es inaceptable se tendrá que realizar otras pruebas para su determinación correspondiente. Considerando lo anterior, en la Tabla 3 se muestra como resultado del análisis KMO para la variable *engagement* alcanza un valor igual a .604; es decir, la relación entre ítems es aceptable dando como válido el instrumento.

Tabla 3

Prueba de KMO y Bartlett para Engagement

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.604
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	274.669
	Gl	136
	Sig.	.000

4.4.2. Escala Factorial para medir la Felicidad.

Esta herramienta contiene 27 ítems en total aplicando una escala de Likert con 5 alternativas: (a) totalmente de acuerdo, (b) de acuerdo, (c) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (d) en desacuerdo, y (e) totalmente en desacuerdo. Contiene 4 dimensiones: Sentido positivo de la vida con 10 ítems, la satisfacción con la vida con 6 ítems, la realización personal con 6 ítem y alegría de vivir con 4 ítems.

Tabla 4

Ítems de la escala factorial de la variable felicidad

Escala Factorial	Dimensiones	Ítems
	Sentido positivo de la vida	2,7,11,14,17,18,19,20,22,23,26
	Satisfacción con la vida	1,3,4,5,6,10
	Realización personal	8,9,21,24,25,27
	Alegría de vivir	12,13,15,16

Para la variable felicidad también se ha estimado la consistencia y fiabilidad se ha realizado el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual se realiza a través de la agrupación de los respectivos ítems, tras su aplicación los resultados favorables mostrados en la Tabla 5, demuestran que el segundo instrumento es también fiable y consistente.

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad de la variable Felicidad

Dimensión	Alfa de Cronbach	N° de elementos
Sentido positivo de la vida	.603	11
Satisfacción con la vida	.720	6
Realización personal	.711	6
Alegría de vivir	.704	4

Del mismo modo, para la evaluación de la correlación entre ítems, se realizó el análisis factorial con un valor determinante igual a .0000014; por lo cual se realizó la segunda prueba de Media de adecuación de la muestra KMO (*Kaiser-Meyer-Olki*), cuyo resultado se muestra en la Tabla 6, indicando un valor igual a .570 dando la relación entre ítems es aceptable y como valido el instrumento.

Tabla 6

Prueba de KMO y Barlett para Felicidad

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.570
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1526.883
	Gl	351
	Sig.	.000

4.5. Proceso de recolección de datos

La recolección de datos se dio mediante la aplicación de ambos instrumentos que corresponde a cada una de las variables, para la variable Felicidad se empleó la Escala Factorial de Reynaldo Alarcón que consta con 27 ítems y para el caso de *engagement* se hizo uso de la versión español del *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) que consta de 17 ítems; como lo resume la Tabla 7.

Tabla 7

Conformación de preguntas de los instrumentos

Tipo de preguntas	Premisas
Preguntas demográficas	Género, edad, área de trabajo y tiempo de permanencia en la empresa
Preguntas de felicidad	27 ítems del instrumento de Escala Factorial
Preguntas de <i>engagement</i>	17 ítems del instrumento en versión español del <i>Utrecht Work Engagement Scale</i> (UWES)
Ponderación	Ambos instrumentos se realizará en Escala de Likert, en el instrumento de Escala Factorial con cinco alternativas: (a)

totalmente de acuerdo, (b) de acuerdo, (c) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (d) en desacuerdo, y (e) totalmente en desacuerdo, así mismo el instrumento en versión español del *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) con 7 calificaciones: (0) Nunca, (1) Esporádicamente: Pocas veces al año, (2) De vez en cuando: Una vez al mes o menos, (3) Regularmente: algunas veces al mes, (4) Frecuentemente: una vez por semana, (5) muy frecuentemente: varias veces por semana y (6) Diariamente.

El cuestionario se administró en el horario común de labores ya fijadas, esto mediante la autorización del área encargada, antes del desarrollo del cuestionario se esclareció que la participación es voluntaria y anónima, por otro lado, se aseguró la confidencialidad de datos. La aplicación se dio en pequeños grupos debido a la disponibilidad (72 de trabajadores); de las áreas de Operaciones, Percibles, PGC, No Alimentación, Administración; para lo cual se dio una explicación general con los alcances para el relleno coherente del instrumento.

Tabla 8

Ficha de resumen de la metodología de la investigación

Elemento de diseño	Observaciones
Metodología de la investigación	Cuantitativa
Método de recolección	Encuestas
Escala	Escala Factorial y <i>Utrecht Work Engagement Scale</i> (UWES) en versión español
Encuestadores	Investigador
Lugar de aplicación	Empresa del sector <i>Retail</i> – supermercado
Muestra final recolectada	72 encuestas
Software de captura de datos	Excel
Software de análisis de datos	SPSS versión 22

La Tabla 8 muestra un resumen acerca de la metodología aplicada para el desarrollo de la presente investigación.

4.6. Descripción del Análisis de datos y prueba de hipótesis

En el presente trabajo de investigación se explica sobre la descripción del análisis inferencial, descriptivo y la respectiva prueba de hipótesis.

4.6.1. Descripción del Análisis Descriptivo.

Los datos se han obtenido a través de la aplicación de los cuestionarios a las 72 personas que vienen ser el total; posteriormente estos datos se han procesado para poder someterlo a un análisis, los resultados permitieron la construcción de las tablas y los gráficos estadísticos. La información se ha procesado en los programas de Excel y IBM SPSS Statistics 22, haciendo uso respectivas de las funciones estadísticas descriptivas de los programas ya mencionados, la caracterización de la muestra tiene lugar entre la frecuencia y porcentaje de género, edad, área de trabajo y tiempo de permanencia en la empresa. Posteriormente, se ha desarrollado la descripción para las preguntas de la variable felicidad y sus respectivas dimensiones como sentido positivo de la vida, satisfacción con la vida, realización personal y alegría de vivir, hallándose la frecuencia y porcentaje; por último, se realizó la descripción de las preguntas de la segunda variable *engagement* y sus respectivas dimensiones como vigor, dedicación y absorción con su respectiva frecuencia y porcentaje.

4.6.2. Descripción del Análisis Inferencial.

Se realizó el contraste de hipótesis de las relaciones por cada una de las variables y sus respectivas dimensiones a través del valor χ^2 de Pearson y se estableció la fuerza de dichas relaciones mediante el valor Gamma y por último se contrastó las hipótesis generales y específicas tal como se muestra en el capítulo III.

4.6.3. Descripción de la Prueba De Hipótesis.

Procedimiento basado en una evidencia de la muestra y de la teoría para determinar si la hipótesis es una afirmación razonable (Lind, Wathen, & Marchal, 2012).

La presente investigación contiene tres hipótesis específicas, para las dos primeras hipótesis se ha tenido en cuenta los siguientes pasos de investigación y observación con la finalidad de analizar ambas variables y sus respectivas dimensiones correspondientes, mediante la aceptación o rechazo de las hipótesis previamente planteadas.

- a. Se establecen las hipótesis nulas y alterna para la presente investigación, así Lind et al., (2012) menciona que una hipótesis nula es un enunciado relativo al valor de un parámetro poblacional que se fórmula con el objetivo de probar evidencia numérica, mientras que la hipótesis alterna es un enunciado donde se acepta si los datos de la muestra ofrecen suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula.
- b. Se ha elegido el nivel de significancia, este es $p=.05$; donde Lind et al., (2012) refiere que es una probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.
- c. Al tener 4 variables intervinientes se ha considerado a género (dicotómica); edad, área de trabajo y tiempo de permanencia como politómica; a cada variable se realiza una prueba de normalidad y homogeneidad de varianza, se considera el valor de significancia para ello se establece una regla de decisión:

$P \text{ valor} < \text{Significancia} = \text{No rechazo } H_0$

$P \text{ valor} > \text{significancia} = \text{Rechazo } H_0$

De acuerdo al resultado se utiliza la Tabla 9, donde se elegirá el tipo de prueba tanto paramétrica o no paramétrica como figura en el Apéndice D.

Tabla 9

Cuadro para prueba de normalidad y homogeneidad

		Normalidad	
		SI	NO
Homogeneidad	SI	Paramétrica	No paramétrica
	NO	No paramétrica	No paramétrica

- d. Se establece las reglas de decisión, teniendo en cuenta que $p=.05$, con lo cual, si el puntaje de p valor es menor que la significancia, no se rechazará H_0 , ahora si p valor es mayor que el puntaje de significancia se tendrá que rechazar la H_0 , aceptando la hipótesis alterna
- e. Se toman las decisiones
- f. Conclusiones

La tercera hipótesis específica no tiene la misma comprobación que las pruebas de hipótesis anteriores; se ha realizado 13 pruebas teniendo en cuenta los siguientes pasos con la finalidad de analizar ambas variables con sus respectivas dimensiones correspondiente, mediante el cual se aceptara o rechazar de las hipótesis previamente planteadas.

- a. Se han establecieron las hipótesis nulas y alternas para la presente investigación, Lind et al., (2012) menciona que una hipótesis nula es un enunciado relativo al valor de un parámetro poblacional que se fórmula con el objetivo de probar evidencia numérica, mientras que la hipótesis alterna es un enunciado donde se acepta si los datos de la muestra ofrecen suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula.
- b. El nivel de significancia para Lind et al., (2012) refiere que es una probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera, para la presente investigación se ha elegido en $\alpha=.05$.
- c. La prueba estadística que se ha elegido es la χ^2 de Pearson que según Lind et al., (2012) es un valor determinado de acuerdo a la información de la muestra para poder determinar si se rechaza hipótesis nula; además permite saber si una variable está asociada con la otra (prueba de asociación) y hacer prueba de independencia, esta verifica si una variable depende del valor observado de otra variable. Esta función tiene distribución chi cuadrada con :

Grados de Libertad = $(F-1)*(C-1)$ donde:

F= fidelidad corresponde al número de filas.

C= calidad corresponde al número de columnas de las tablas de contingencia.

Tres valoraciones baja, media y alta

Para la presente investigación los grados de libertad seria:

$$GL = (4-1)*(4-1)$$

$$GL = 9$$

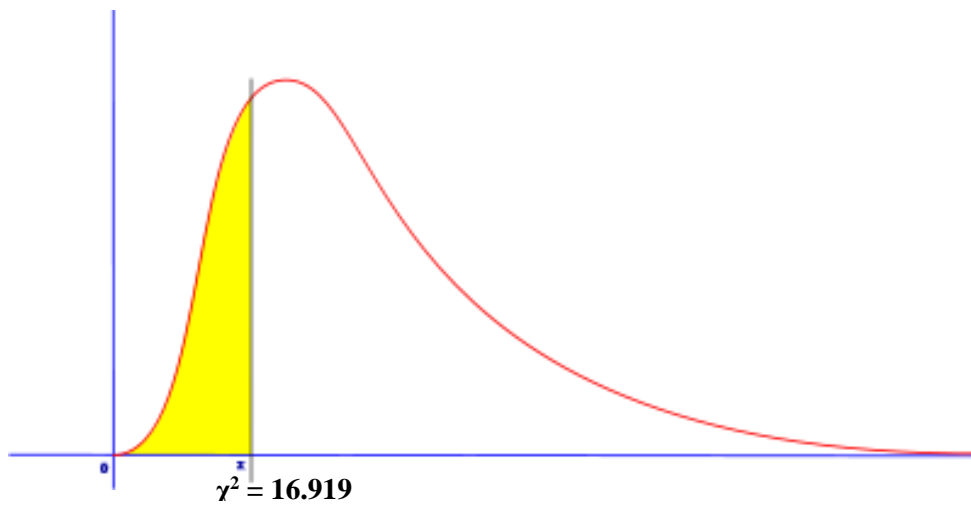


Figura 2. Regla de decisión según regiones de aceptación o rechazo de la H_0

- d. Al formula las reglas de decisión, el valor teórico de la distribución chi cuadrado con nueve grados para un contraste unilateral superior y 95% de probabilidad equivale a 16.919 como se plasma en la Figura 2, con lo cual si el valor del χ^2 es mayor al puntaje mencionado, se rechazara la hipótesis nula H_0 y se aceptaría la hipótesis alternativa H_1 y viceversa, en términos del valor P, si la puntuación es menor que el nivel de significancia .05, se rechazará la hipótesis nula H_0 , aceptando la hipótesis alterna H_1 y viceversa. Para Lind et al., (2012) es un enunciado sobre las condiciones específicas (e) donde se rechaza la hipótesis nula y aquellas en las que no se rechaza.

- e. Se toman las decisiones, para Lind et al., (2012) es donde se calcula el estadístico de prueba comparando con el valor crítico y tomas la decisión de rechazar o no la hipótesis nula.
- f. Desarrollo de conclusiones.

Capítulo V: Resultados

En este capítulo se expondrán los resultados del procesamiento de datos obtenidos por medio de la aplicación de los instrumentos mediante un cuestionario; es así como se detalla la descripción de trabajo en campo, la presentación, contrastación y discusión de resultados.

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

Se logró determinar los objetivos planteados sobre las variables de felicidad y *engagement* con sus respectivas dimensiones, mediante la elaboración, aplicación y procesamiento de datos. Los instrumentos de aplicación han sido cuestionarios cerrados que fueron aplicados a 72 trabajadores de las áreas de Operaciones, Administrativo, Percibles, PGC, No Alimentación de una empresa del Sector *Retail* – Supermercado - Huancayo, siguiendo el proceso de recolección de datos mencionados en el capítulo de Metodología.

5.2. Presentación de Resultados

Se mostrarán los resultados en dos subcapítulos: el primero expone los resultados referentes a la variable felicidad y el segundo incorpora resultados de la variable *engagement* ambos resultados constan de la parte estadística, diagrama de caja, frecuencia y porcentaje de acuerdo con sus respectivas dimensiones por cada variable.

5.2.1. Resultados de la variable felicidad.

Tabla 10

Estadístico de la variable felicidad de acuerdo con las dimensiones

		Sentido de la vida	Satisfacción con la vida	Realización personal	Alegría de la vida
N	Válido	72	72	72	72
	Perdidos	0	0	0	0
Mediana		24.00	23.50	23.50	17.00
Moda		25	21	21	18
Mínimo		15	19	20	12
Máximo		32	30	30	20

Tabla 11

Tabla de frecuencia y porcentaje de las dimensiones de la variable felicidad

Dimensión	Escala	f°	%
sentido positivo de la vida	altamente feliz	42	58.3
	Feliz	30	41.7
satisfacción con la vida	Feliz	38	52.8
	Altamente feliz	34	47.2
realización personal	Feliz	38	52.8
	altamente feliz	34	47.2
alegría de vivir	medianamente feliz	1	1.4
	Feliz	34	47.2
	altamente feliz	37	51.4

Nota: n=72

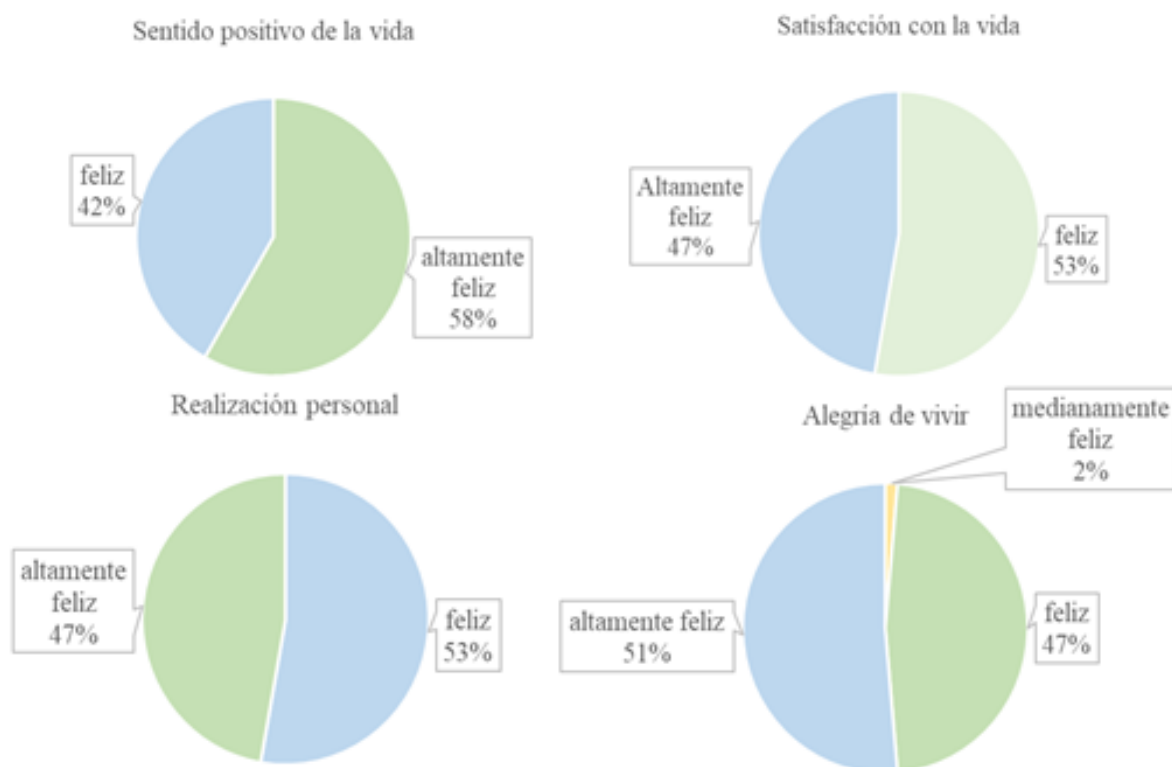


Figura 3. Dimensiones de la variable felicidad

En la tabla 11 se puede visualizar las frecuencias y porcentajes de las dimensiones de la variable felicidad, en el sentido positivo de la vida se encuentra 42 trabajadores altamente

feliz sin ningún estado de depresión, en satisfacción con la vida hay 38 trabajadores que se encuentran felices con sus logros respectivos. Se encuentran 38 trabajadores felices respecto a la realización personal que implica su tranquilidad emocional de todo lo que han conseguido y en la dimensión de alegría de vivir hay 37 trabajadores altamente felices y 1 medianamente feliz respecto a la actitud positiva ante las situaciones difíciles que se presentan en la empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

En la figura 3 se presentan los porcentajes a nivel de cada dimensión respecto a la variable felicidad, donde el 42% se encuentra feliz respecto al sentido positivo de la vida, mientras que en satisfacción con la vida el 53% de los trabajadores son felices respecto a la sensación de logro y 47% altamente feliz; respecto a la satisfacción que se ha conseguido de acuerdo a la realización personal el 53% de trabajadores se encuentran felices y 47% altamente felices; por último, en la dimensión de alegría de la vida el 2% está medianamente feliz respecto a la actitud positiva ante las situaciones difíciles que se presentan, el 51% altamente feliz y 47% feliz.

5.2.2. Resultados de la variable *engagement*

Tabla 12

Estadísticos de la variable felicidad de acuerdo con dimensiones

		Dedicación	Vigor	Absorción
N	Válido	72	72	72
	Perdidos	0	0	0
Mediana		26.00	31.50	34.00
Moda		23	29	35
Mínimo		21	24	25
Máximo		34	41	39

En la tabla 14 se visualiza la frecuencia y porcentaje de cada dimensión de la variable *engagement*, hay 54 trabajadores que se encuentran medianamente comprometido respecto a

la dedicación laboral junto con el sentimiento, entusiasmo y reto en el trabajo, mientras que solo un trabajador se encuentra comprometido respecto a esta dimensión; en vigor 55 trabajadores se encuentran medianamente comprometido y 14 mínimamente comprometido de acuerdo a sus niveles de energía y resistencia en el trabajo y en la dimensión de absorción 55 trabajadores se encuentran medianamente comprometido respecto a la concentración que experimenta y la dificultad de desconectar con lo que realiza de su trabajo, mientras que solo cuatro trabajadores están comprometido.

Tabla 13

Tabla de frecuencia y porcentaje de las dimensiones de la variable engagement

Dimensión	Escala	f°	%
Dedicación	Comprometido	1	1.4
	medianamente comprometido	54	75.0
	mínimamente comprometido	17	23.6
Vigor	Comprometido	3	4.2
	medianamente comprometido	55	76.4
	mínimamente comprometido	14	19.4
Absorción	Comprometido	4	5.6
	medianamente comprometido	55	76.4
	mínimamente comprometido	13	18.1

En la figura 4 se visualiza los porcentajes a nivel de cada dimensión de la variable *engagement*, el 1% de trabajadores se encuentran comprometido, mientras que el 75 % están medianamente comprometido respecto a la dimensión de dedicación que implica sentimiento, entusiasmo, orgullo y reto por el trabajo; en vigor el 20% del total de trabajadores se encuentra mínimamente comprometido, el 76% medianamente comprometido y solo 4% comprometido que hace referencia al nivel de energía y resistencia mientras que se trabaja; por último en la

dimensión de absorción solo el 6% de trabajadores están comprometido respecto a la concentración y a la dificultad de desconectarse en la tarea que se realiza.

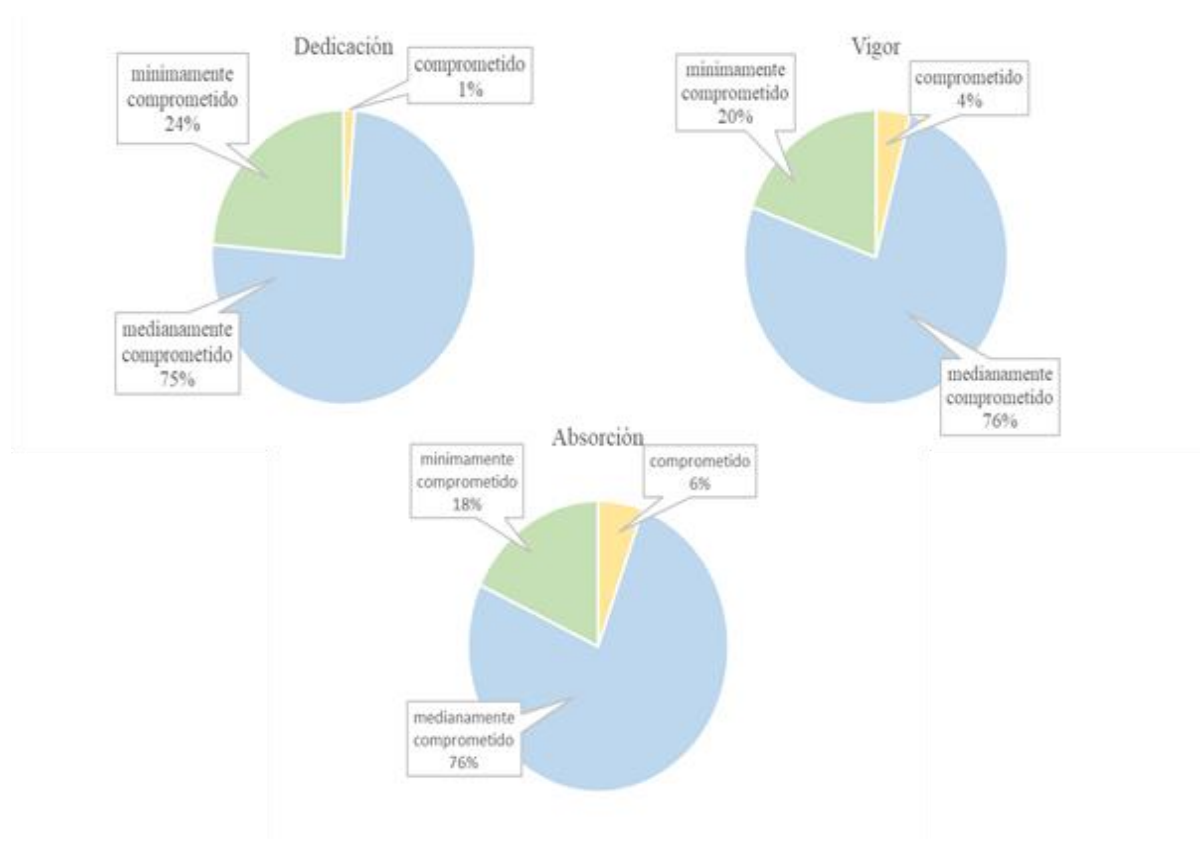


Figura 4. Dimensiones de la variable *engagement*

5.3. Contrastación de Resultados

5.3.1. Contraste de la hipótesis específica 1

5.3.1.1. Género.

La primera hipótesis específica afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al género.

H_a : Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al género.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente género es una variable cualitativa dicotómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por

otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 14 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 15 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de .784, significa que no se rechaza la H_0 , por lo tanto, no tiene homogeneidad.

Tabla 14

Pruebas de normalidad de felicidad con la variable interviniente género

Género		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	Gl	Sig.
Felicidad	Masculino	.463	43	.000
	Femenino	.469	29	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 15

Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la variable interviniente género

Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.	
	.076	1	70	.784

Con los resultados obtenidos en las tablas obtenidos anteriormente, se utiliza la Tabla 16, donde se determinó que será una prueba no paramétrica, por lo tanto, se utilizó el estadístico de prueba U de Mann-Whitney como se muestra en la Apéndice D. El valor obtenido es .890 de la Tabla 16, siendo mayor al p-valor calculado de .05, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre felicidad y la variable interviniente género en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 17 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 16

Estadísticos de prueba para felicidad con la variable interviniente género

U de Mann-Whitney	614.500
W de Wilcoxon	1560.500
Z	-.138
Sig. asintótica	.890

a. Variable de agrupación: género

Tabla 17

Informe de la variable felicidad con la variable interviniente género

Género	Media	N	Desviación estándar
Masculino	2.74	43	.441
Femenino	2.76	29	.435
Total	2.75	72	.436

5.3.1.2. Edad.

La hipótesis específica 2 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto a la edad.

H_a : Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto a la edad.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente edad es una variable cuantativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 18 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 19 muestra que la

prueba de homogeneidad resulto con un valor de .039 significa que no se rechaza la H_0 , por lo tanto, no tiene homogeneidad.

Tabla 18

Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente edad

Edad		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
Felicidad	de 18 a 22	.524	10	.000
	de 23 a 27	.460	12	.000
	de 28 a 32	.392	13	.000
	de 33 a 37	.492	11	.000
	de 38 a 42	.414	9	.000
	de 43 a 47	.504	7	.000
	de 48 a 52	.407	6	.002
	mayor a 52	.441	4	

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 19

Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la interviniente edad

Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
2.273	7	64	.039

Con los resultados obtenidos en las tablas anteriores, se utiliza la Tabla 19, se determinó que será una prueba paramétrica, por lo tanto, se utilizó el estadístico de muestras independientes como se muestra en la Apéndice D. El valor obtenido es .507 de la Tabla 20, siendo mayor al p-valor calculado de .05, por lo que no rechazo H_0 , pues no existe diferencia entre felicidad y la interviniente edad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail – Supermercados – Huancayo*; así mismo se muestra en la Tabla 21 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 20

Prueba de muestras independientes para felicidad con la interviniente edad

		prueba t para la igualdad de medias						
		T	Gl	Sig.	Dif. de medias	Dif. de error estándar	95% de intervalo de confianza	
							Inf.	Sup.
Felicidad	Se asumen varianzas iguales	.684	12	.507	.150	.219	-.328	.628
	No se asumen varianzas iguales	.557	4.003	.607	.150	.269	-.597	.897

Tabla 21

Informe de la variable felicidad con la variable interviniente edad

Edad	Media	N	Desviación estándar
de 18 a 22	2.90	10	.316
de 23 a 27	2.75	12	.452
de 28 a 32	2.62	13	.506
de 33 a 37	2.82	11	.405
de 38 a 42	2.67	9	.500
de 43 a 47	2.86	7	.378
de 48 a 52	2.67	6	.516
mayor a 52	2.75	4	.500
Total	2.75	72	.436

5.3.1.3. Área de Trabajo.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al área de trabajo

H_a : Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto al área de trabajo

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente área de trabajo es una variable cuantitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 22 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor $.000$, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 23 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de $.280$, significa que no se rechaza la H_0 , por lo tanto, no tiene homogeneidad.

Tabla 22

Pruebas de normalidad de felicidad con la variable interviniente área de trabajo

Área de trabajo		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
Felicidad	Operaciones	.478	14	.000
	Percibles	.492	16	.000
	PGC	.449	18	.000
	No alimentación	.421	18	.000
	Administrativo	.492	6	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 23

Pruebas de normalidad de felicidad con la variable interviniente área de trabajo

Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
1.297	4	67	.280

Con los resultados obtenidos en las tablas obtenidos anteriormente, se utiliza la Tabla 23, donde se determinó que será una prueba no paramétrica, por lo tanto, se utilizó el estadístico H de Krushall Wallis como se muestra en la Apéndice D. El valor obtenido es $.849$ de la Tabla 24, siendo mayor al p-valor calculado de $.05$, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe

diferencia entre felicidad y la interviniente área de trabajo en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 25 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 24

Estadístico de prueba para felicidad con la variable interviniente área de trabajo

Chi-cuadrado	1.372
gl	4
Sig. asintótica	.849

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: área de trabajo

Tabla 25

Informe de la variable felicidad con la variable interviniente área de trabajo

Felicidad			
Área de trabajo	Media	N	Desviación estándar
Operaciones	2.79	14	.426
Percibles	2.81	16	.403
PGC	2.72	18	.461
No alimentación	2.67	18	.485
Administrativo	2.83	6	.408
Total	2.75	72	.436

5.3.1.4. Tiempo de permanencia.

La hipótesis específica 4 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto al tiempo de permanencia.

H_a : Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto al tiempo de permanencia.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente tiempo de permanencia es una variable cuantitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 26 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 27 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de .326, significa que no se rechaza la H_0 , por lo tanto, no tiene homogeneidad.

Tabla 26

Pruebas de normalidad de felicidad con la interviniente área de trabajo

Tiempo de permanencia		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	Gl	Sig.
Felicidad	menos de 3 meses	.471	9	.000
	entre 3 y 12 meses	.443	14	.000
	entre 1 y 2 años	.421	18	.000
	entre 2 y 3 años	.485	15	.000
	entre 3 y 4 años	.492	16	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 27

Prueba de homogeneidad de varianzas para felicidad con la variable interviniente área de trabajo

Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
1.185	4	67	.326

Con los resultados obtenidos en las tablas obtenidos anteriormente, se utiliza la Tabla 27, se determinó que será una prueba no paramétrica, por lo tanto se utilizó el estadístico *H de Krushall Wallis* como se muestra en la Apéndice D. El valor obtenido es .859 de la Tabla 28,

siendo mayor al p-valor calculado de .05, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre felicidad y la variable interviniente tiempo de permanencia en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 29 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 28

Estadístico de prueba para felicidad con la interviniente área de trabajo

Chi-cuadrado	1.314
gl	4
Sig. asintótica	.859

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: tiempo de permanencia

Tabla 29

Informe de la variable felicidad con la interviniente área de trabajo

Felicidad			
tiempo de permanencia	Media	N	Desviación estándar
menos de 3 meses	2.78	9	.441
entre 3 y 12 meses	2.71	14	.469
entre 1 y 2 años	2.67	18	.485
entre 2 y 3 años	2.80	15	.414
entre 3 y 4 años	2.81	16	.403
Total	2.75	72	.436

5.3.2. Contraste de la hipótesis específica 2

5.3.2.1. Género.

La hipótesis específica 2 Afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto al género.

H_a : Existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al género.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente género es una variable cuantitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 30 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 31 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de .118, significa que no se rechaza la H_0 , por lo tanto, no tiene homogeneidad.

Tabla 30

Prueba de normalidad para engagement con la variable interviniente género

<i>Género</i>		<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>		
		<i>Estadístico</i>	<i>gl</i>	<i>Sig.</i>
Engagement	Masculino	.485	43	.000
	Femenino	.515	29	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 31

Prueba de homogeneidad de varianzas de engagement con la variable interviniente género

<i>Engagement</i>			
Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
2.498	1	70	.118

Con los resultados obtenidos en la Tabla 31, se determina que será una prueba no paramétrica, por lo tanto se utilizó el estadístico *U de Mann Whitney* como se muestra en la Apéndice D .El valor obtenido es .443 de la Tabla 32, siendo mayor al p-valor calculado de .05, por lo que no se rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre *engagement* y la interviniente

género en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 33 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 32

Estadístico de prueba para engagement con la variable interviniente género

<i>Engagement</i>	
U de Mann-Whitney	579.000
W de Wilcoxon	1525.000
Z	-.767
Sig. Asintótica	.443

a. Variable de agrupación: género

Tabla 33

Informe de engagement con la variable interviniente género

<i>Engagement</i>			
Género	Media	N	Desviación estándar
Masculino	3.79	43	.412
Femenino	3.86	29	.351
Total	3.82	72	.387

5.3.2.2. *Edad.*

La hipótesis específica 2 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto a la edad.

H_a : Existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo respecto a la edad

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente edad es una variable cuantitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad

mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 34 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 35 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de .000, significa que se rechaza la H_0 , por lo tanto, tiene homogeneidad.

Tabla 34

Pruebas de normalidad para engagement con la interviniente edad

Edad		Kolmogorov-Smirnov		
		Estadístico	gl	Sig.
<i>Engagement</i>	de 18 a 22	.482	10	.000
	de 23 a 27	.530	12	.000
	de 28 a 32	.505	13	.000
	de 38 a 42	.471	9	.000
	de 43 a 47	.360	7	.007
	de 48 a 52	.407	6	.002
	mayor a 52	.441	4	

a. Corrección de significación de Lilliefors

b. ENG (Agrupada) es constante cuando edad = de 33 a 37. Se ha omitido.

Tabla 35

Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement con la interviniente edad

<i>Engagement</i>			
Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
5.115	7	64	.000

Con los resultados obtenidos en la Tabla 35, se determina que será una prueba paramétrica, por lo tanto se utilizó el estadístico Anova como se muestra en la Apéndice D .El valor obtenido es .411 de la Tabla 36, siendo mayor al p valor calculado de .05, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre *engagement* y la interviniente edad en los

trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 37 los valores de media, que se encuentran similares.

Tabla 36

Prueba de Anova para engagement con la interviniente edad

<i>Engagement</i>					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1.091	7	.156	1.043	.411
Dentro de grupos	9.562	64	.149		
Total	10.653	71			

Tabla 37

Informe de engagement con la interviniente edad

<i>Engagement</i>			
Edad	Media	N	Desviación estándar
de 18 a 22	3.80	10	.422
de 23 a 27	3.92	12	.289
de 28 a 32	3.85	13	.376
de 33 a 37	4.00	11	0.000
de 38 a 42	3.78	9	.441
de 43 a 47	3.57	7	.535
de 48 a 52	3.67	6	.516
mayor a 52	3.75	4	.500
Total	3.82	72	.387

5.3.2.3. Área de trabajo.

La hipótesis específica 2 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al área de trabajo.

H_a : Existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al área de trabajo.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente área de trabajo es una variable cualitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de

$p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 09. En la Tabla 38 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor $.000$, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 39 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de $.000$, significa que se rechaza la H_0 , por lo tanto, tiene homogeneidad.

Tabla 38

Pruebas de normalidad para engagement con la interviniente área de trabajo

Área de trabajo	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	Gl	Sig.
<i>Engagement</i> Operaciones	.443	14	.000
Percibles	.536	16	.000
PGC	.501	18	.000
No alimentación	.449	18	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

b. ENG (Agrupada) es constante cuando área de trabajo = Administrativo. Se ha omitido.

Tabla 39

Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement con la interviniente área de trabajo

<i>Engagement</i>			
Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
7.577	4	67	.000

Con los resultados obtenidos en la Tabla 39, se determina que será una prueba paramétrica, por lo tanto se utilizó el estadístico Anova como se muestra en la Apéndice D .El valor obtenido es $.293$ de la Tabla 40, siendo mayor al p valor calculado de $.05$, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre *engagement* y la interviniente área de trabajo en

los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 41 los valores de media, que se encuentran similares

Tabla 40

Prueba Anova para engagement con la interviniente área de trabajo

<i>Engagement</i>					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.747	4	.187	1.263	.293
Dentro de grupos	9.906	67	.148		
Total	10.653	71			

Tabla 41

Informe de engagement con la interviniente área de trabajo

<i>Engagement</i>			
Área de trabajo	Media	N	Desviación estándar
Operaciones	3.71	14	.469
Percibles	3.94	16	.250
PGC	3.83	18	.383
No alimentación	3.72	18	.461
Administrativo	4.00	6	0.000
Total	3.82	72	.387

5.4.2.4. Tiempo de permanencia.

La hipótesis específica 2 afirma lo siguiente:

H_0 : No existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al tiempo de permanencia.

H_a : Existen diferencias en el nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo respecto al tiempo de permanencia.

Para la comprobación de esta hipótesis se determinó que interviniente tiempo de permanencia es una variable cualitativa politómica, asimismo se estableció un valor de significancia de $p=.05$; por otro lado, se establece las respectivas hipótesis para la prueba de normalidad y homogeneidad mostradas en la Tabla 42. En la Tabla 38 se muestra la Prueba de normalidad de felicidad con la variable interviniente género con un valor .000, comparando con la regla de decisión se rechaza la H_0 ; es decir que tiene normalidad. Por consiguiente, en la tabla 43 muestra que la prueba de homogeneidad resulto con un valor de .000, significa que se rechaza la H_0 , por lo tanto tiene homogeneidad.

Tabla 42

Pruebas de normalidad de engagement con la variable interviniente tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
<i>Engagement</i>	menos de 3 meses	.414	9	.000
	entre 3 y 12 meses	.443	14	.000
	entre 1 y 2 años	.476	18	.000
	entre 2 y 3 años	.535	15	.000
	entre 3 y 4 años	.536	16	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 43

Prueba de homogeneidad de varianzas para engagement con la variable interviniente tiempo de permanencia

<i>Engagement</i>				
Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.	
7.152	4	67	.000	

Con los resultados obtenidos en las tablas obtenidos anteriormente, se utiliza la Tabla 43, donde se determinó que será una prueba paramétrica, por lo tanto se utilizó el estadístico Anova como se muestra en la Apéndice D .El valor obtenido es .248 de la Tabla 44, siendo

mayor al p-valor calculado de .05, por lo que no rechazo H_0 , donde no existe diferencia entre *engagement* y la interviniente tiempo de permanencia en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo; así mismo se muestra en la Tabla 45 los valores de media, que se encuentran similares

Tabla 44

Prueba de Anova para felicidad con la variable interviniente tiempo de permanencia

<i>Engagement</i>					
	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	.814	4	.203	1.385	.248
Dentro de grupos	9.839	67	.147		
Total	10.653	71			

Tabla 45

Informe de felicidad con la variable interviniente tiempo de permanencia

<i>Engagement</i>			
tiempo de permanencia	Media	N	Desviación estándar
menos de 3 meses	3.67	9	.500
entre 3 y 12 meses	3.71	14	.469
entre 1 y 2 años	3.78	18	.428
entre 2 y 3 años	3.93	15	.258
entre 3 y 4 años	3.94	16	.250
Total	3.82	72	.387

5.3.3. Contraste de la hipótesis específica 3.

Se presenta en primer lugar las 13 relaciones que se establecen a partir de la unión de cada una de las dimensiones de las dos variables en estudio, para poder realizar el contraste de las hipótesis específica.

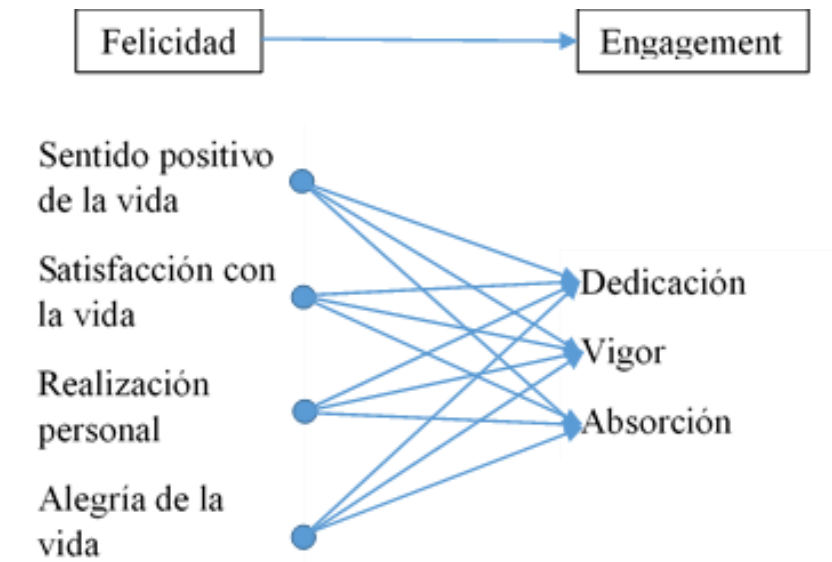


Figura 4. Relación de dimensiones de las variables felicidad y engagement.

Gráficamente, la Figura 6 muestra las relaciones con su valor de significancia respectivo siguiendo las reglas de decisión.

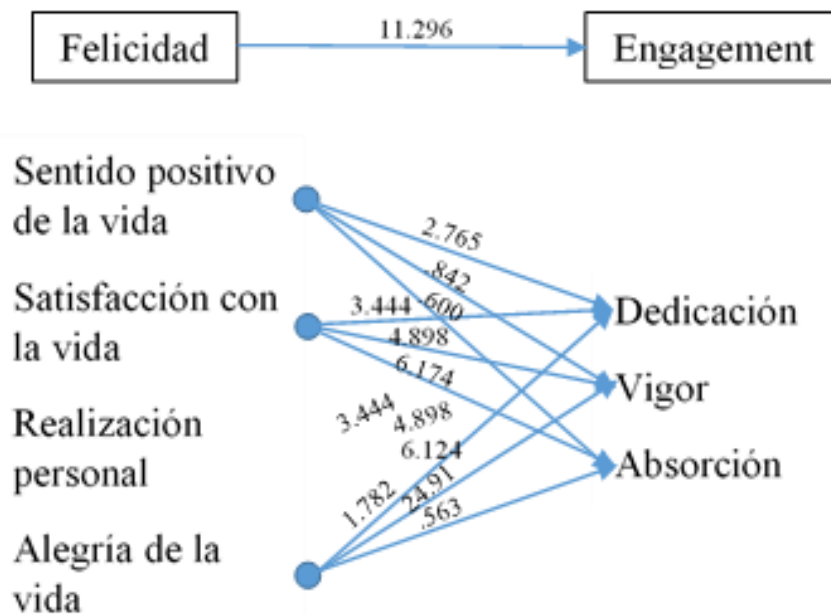


Figura 5. Valores de significancia de las relaciones entre las dimensiones de las variables de felicidad y engagement

A continuación, se presenta el contraste de la hipótesis específica 3 que nacen de la relación entre las cuatro dimensiones de felicidad con la variable *engagement*, la relación que

se ha establecido anteriormente para el desarrollo de la investigación y que se ha descrito en la prueba de hipótesis en el capítulo IV.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre sentido positivo de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

H_a : Existe relación entre sentido positivo de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor χ^2 es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 46.

Tabla 46

Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y dedicación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.765^a	2	.251
Razón de verosimilitud	3.107	2	.211
Asociación lineal por lineal	.499	1	.480
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es,42.

Para la hipótesis 3, de la relación entre la dimensión de sentido de la vida y dedicación, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de 2.765 de la Tabla 46; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación sentido positivo de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados

– Huancayo; también se observar que existe un grado equivalente a 0.205 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 47.

Tabla 47

Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y dedicación

		Valor	Error estándar	Aprox.S ^b	Aprox. Sig.
		<i>asintótico^a</i>			
Ordinal por ordinal	Gamma	.205	.259	.764	.445
N de casos válidos		72			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre sentido positivo de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

H_a : Existe relación entre sentido positivo de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 48.

Tabla 48

Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y vigor

	Valor	df	Significación asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	.842^a	2	.656
Razón de verosimilitud	.832	2	.660
Asociación lineal por lineal	.090	1	.764
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,25.

Para la hipótesis 3, de la relación entre la dimensión de sentido de la vida y vigor, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de .842 de la Tabla 48; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación entre sentido positivo de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a -.066 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 49.

Tabla 49

Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y vigor

	Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox.S ^b	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	-.066	0.272	-.244
N de casos válidos		72		.807

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre sentido positivo de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo.

H_a : Existe relación entre sentido positivo de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 50.

Tabla 50

Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de sentido de la vida y absorción

	Valor	df	Significación asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	.600^a	2	0.741
Razón de verosimilitud	0.629	2	0.730
Asociación lineal por lineal	0.016	1	0.899
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,67.

Para la hipótesis 3, de la relación entre la dimensión de sentido de la vida y absorción, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de .600 de la Tabla 50; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 sumiendo que no existe entre relación sentido positivo de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; también se observar que existe un grado equivalente a .023 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 51.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre satisfacción con la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre satisfacción con la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 52.

Tabla 51

Valor Gamma de las dimensiones de sentido de la vida y absorción

		Valor	Error estándar <i>asintótico^a</i>	Aprox. S^b	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	0.023	0.266	0.087	0.931
N de casos válidos		72			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Tabla 52

Prueba χ^2 de Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y dedicación

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	3.444^a	2	.179
Razón de verosimilitud	3.846	2	.146
Asociación lineal por lineal	3.250	1	.071
N de casos válidos		72	

a. 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .47.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de satisfacción con la vida y dedicación, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de 3.444 de la Tabla 52; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación

entre satisfacción con la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados –Huancayo; también se observó que existe un grado equivalente a .462 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 53.

Tabla 53

Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y dedicación

	Valor	Error estándar	Aprox.	Aprox.	
		asintótico	Sb	Sig.	
Ordinal por ordinal	Gamma	.462	.222	1.829	.067
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre satisfacción con la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre satisfacción con la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 54.

Tabla 54

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y vigor

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	4.898^a	2	.086
Razón de verosimilitud	4.989	2	.083
Asociación lineal por lineal	2.033	1	.154
N de casos válidos	72		

a 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.42.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de satisfacción con la vida y vigor, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de 4.898 de la Tabla 54; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación entre satisfacción con la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados-Huancayo; también se observar que existe un grado equivalente a .382 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 55.

Tabla 55

Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y vigor

	Valor	Error estándar asintótico	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.382	.236	1.503
N de casos válidos	72			.133

a No se supone la hipótesis nula.

b Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre satisfacción con la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

H_a : Existe relación entre satisfacción con la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 56.

Tabla 56

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de satisfacción con la vida y absorción

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	6.174^a	2	.046
Razón de verosimilitud	7.752	2	.021
Asociación lineal por lineal	.016	1	.901
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.89.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de satisfacción con la vida y absorción, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de 6.174 de la Tabla 56; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación entre satisfacción con la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; también se observó que existe un grado equivalente a $-.067$ entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 57.

Tabla 57

Valor Gamma de las dimensiones de satisfacción con la vida y absorción

		Valor	Error estándar asintótico	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.067	.259	-.259	.795
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre realización personal y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

H_a : Existe relación entre realización personal y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Tabla 58

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y dedicación

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	3.444^a	2	.179
Razón de verosimilitud	3.846	2	.146
Asociación lineal por lineal	3.250	1	.071
N de casos válidos		72	

a. 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .47.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2

es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 58.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de realización personal y dedicación, se obtiene como valor de χ^2 de Pearson de 3.444 de la Tabla 58; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 asumiendo que no existe relación entre realización personal y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a .462 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 59.

Tabla 59

Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y dedicación

		Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.462	.222	1.829	.067
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre realización personal y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre realización personal y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail*– Supermercados- Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es

menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 60.

Tabla 60

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y vigor

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	4.898^a	2	.086
Razón de verosimilitud	4.989	2	.083
Asociación lineal por lineal	2.033	1	.154
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.42.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de realización personal y vigor, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de 4.898 de la Tabla 61; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 , asumiendo que no existe relación entre realización personal y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados-Huancayo; también se observan que existe un grado equivalente a .382 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 62.

Tabla 61

Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y vigor

	Valor	Error estándar	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma .382	.236	1.503	.133
N de casos válidos	72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre realización personal y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

H_a : Existe relación entre realización personal y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 62.

Tabla 62

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de realización personal y absorción

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	6.174^a	2	.046
Razón de verosimilitud	7.752	2	.021
Asociación lineal por lineal	.016	1	.901
N de casos válidos	72		

a. 2 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.89.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de realización personal y absorción, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de 6.174 de la Tabla 62; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 , asumiendo que no existe relación entre realización personal y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a .382 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 63.

Tabla 63

Valor Gamma de las dimensiones de realización personal y absorción

		Valor	Error estándar	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
			asintótico ^a		
Ordinal por ordinal	Gamma	.067	,259	-,259	,795
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre alegría de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre alegría de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Tabla 64

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y dedicación

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	1.782^a	4	.776
Razón de verosimilitud	2.391	4	.664
Asociación lineal por lineal	.983	1	.321
N de casos válidos		72	

a 5 casillas (55.6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .01.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es

menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 64.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de alegría de la vida y dedicación, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de 1.782 de la Tabla 64; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 , asumiendo que no existe relación entre alegría de la vida y dedicación en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados-Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a .246 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 65.

Tabla 65

Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y dedicación

		Valor	Error estándar asintótico	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.246	.251	.955	.339
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre alegría de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre alegría de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es

menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 66.

Tabla 66

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y vigor

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	24.914^a	4	.000
Razón de verosimilitud	9.671	4	.046
Asociación lineal por lineal	.521	1	.470
N de casos válidos	72		

a. 5 casillas (55.6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .04.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de alegría de la vida y vigor, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de 24.914 de la Tabla 66; siendo mayor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que rechaza la H_0 , asumiendo que existe relación entre alegría de la vida y vigor en los trabajadores de una empresa del sector – Supermercados - Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a .120 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 67.

Tabla 67

Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y vigor

	Valor	Error estándar asintótico	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.120	.268	.442
N de casos válidos		72		.659

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre alegría de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

H_a : Existe relación entre alegría de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 68.

Tabla 68

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de alegría de la vida y absorción

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	.563^a	4	.967
Razón de verosimilitud	.790	4	.940
Asociación lineal por lineal	.056	1	.813
N de casos válidos	72		

a. 5 casillas (55.6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .06.

Para la hipótesis 3; de la relación entre la dimensión de alegría de la vida y absorción, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de .563 de la Tabla 68; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 ; asumiendo que no existe relación entre alegría de la vida y absorción en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo; también se observó que existe un grado equivalente a $-.075$ entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 69.

Tabla 69

Valor Gamma de las dimensiones de alegría de la vida y vigor

		Valor	Error estándar asintótico	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	-.075	.255	-.295	.768
N de casos válidos		72			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

La hipótesis específica 3 afirma lo siguiente:

H_0 : No existe relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo.

H_a : Existe relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo.

Para la comprobación de esta hipótesis se estableció un valor de significancia de $\alpha=.05$; después se determinó el estadístico de prueba, donde se obtiene como resultados de la prueba χ^2 de Pearson, con 9 grados de libertad [$GL=(4-1)*(4-1)=9$]; luego se obtuvo como valor crítico 16.919; es así con el valor se estableció la regla de decisión la cual afirma que si el valor es mayor al valor crítico calculado se rechazará la hipótesis nula H_0 ; mientras que, si el valor χ^2 es menor que al valor crítico calculado, no se rechazará la hipótesis alterna; aceptándose por lo tanto la H_0 . El procedimiento permitirá tener los resultados en la Tabla 70.

Tabla 70

Prueba de χ^2 Pearson de las dimensiones de felicidad y engagement

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)	Significación exacta (2 caras)	Significación exacta (1 cara)
Chi-cuadrado de Pearson	11.296^a	1	.001		
Corrección de continuidad	9.043	1	.003		
Razón de verosimilitud	9.954	1	.002		
Prueba exacta de Fisher				.002	.002
Asociación lineal por lineal	11.139	1	.001		
N de casos válidos	72				

a. 1 casillas (25.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3.25.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Para la hipótesis 3.; de la relación entre la variable felicidad y *engagement*, se obtiene como valor χ^2 de Pearson de 11.296 de la Tabla 70; siendo menor al valor crítico calculado de 16.919, por lo que acepta la H_0 ; asumiendo que no existe relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *retail* – Supermercados - Huancayo; también se observa que existe un grado equivalente a .774 entre ambas variables, de acuerdo al valor Gamma en la Tabla 71.

Tabla 71

Valor Gamma de las dimensiones de felicidad y engagement

	Valor	Error estándar	Aprox. Sb	Aprox. Sig.
Ordinal por ordinal	Gamma	.774	.134	2.655
N de casos válidos		72		.008

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

Capítulo VI: Discusión

Luego de la descripción de los resultados para la investigación, se procederá a la interpretación y análisis de los hechos en relación con los antecedentes.

6.1. Discusión de resultados

Respecto a la investigación que se llevó a cabo en los colaboradores de una empresa del sector *Retail*- Supermercados en Huancayo, en la cual se tuvo como objetivo general determinar si existe relación entre la felicidad y *engagement*, no obteniendo dicha relación entre ambas variables, el cuál fue analizado mediante el estadístico Chi cuadrado de Pearson teniendo como resultado 11.296 (Véase la tabla 70).

En el estudio realizado por Jimenez(2013), realiza la aplicación del mismo instrumento UWES demostrando adecuadas propiedades psicométricas reforzando así la validez del instrumento con respecto a su nivel de significancia en la medición de las tres dimensiones consideradas: (a) Vigor, (b) Dedicación, y (c) Absorción, siendo así un antecedente que demuestra validez y confiabilidad en su aplicación, sin embargo sus resultados en cuento a estudios diferentes, serán de acuerdo a la consideración de su contexto aplicado.

Para el artículo de Acosta, Torrente, Y Lloren (2013), aplicaron el instrumento UWES a 218 personas pertenecientes al sector industrial, donde arroja que hay relación positiva entre prácticas saludables con el *engagement*, dentro de ellos la salud psicosocial, desarrollo de habilidades y desarrollo de carrera, que en relación a esta investigación, son conceptos vinculados a satisfacción en la empresa que repercuten como efectos positivos dentro de la organización generando conductas dentro de los colaboradores respecto a la empresa demostrados mediante la dedicación y el compromiso.

Davey (2016) realiza su investigación en la búsqueda de la relación entre felicidad y *engagement*, este estudio tiene semejanzas puesto que ambos hacen la utilización de la escala *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES). En esta investigación se encontró correlación entre

distintas variables, sin embargo, la más significativa fueron la dimensión dedicación y vigor con sufrimiento profundo y satisfacción con la vida respectivamente, lo que significa que los estudiantes presenten evidencias de bienestar con mayor efecto positivo puesto que tienen dominio y confianza en sus recursos personales; lo que llegaría a ser la primera diferencia, porque los hallazgos encontrados en la investigación realizada muestra que no se encuentra una relación entre ambas variables.

El estudio realizado por Delgado, Mesía, Y Romero(2017), ha tenido por objetivo la relación entre felicidad y *engagement* en 157 trabajadores de una empresa del sector *Retail*; con la similitud que ambas investigaciones son descriptivo correlacional. En cuanto a la relación general de la variable dependiente e independiente, no se presenta correlación entre la felicidad y *engagement* ni en los hombres, ni en las mujeres. Respecto a la correlación entre las escalas de la felicidad y el *engagement*, solo la dimensión realización personal presenta correlación de débil a moderada ($r_s = .200, p < 0.05$) para el caso de dimensiones alegría de vivir y vigor lo que indica que los resultados en los trabajadores con emociones positivas pueden estar relacionadas con una persona alegre y esta puede tomar mejores decisiones, estar más motivado enfrentando el trabajo con más vigor, energía e iniciativa. El resto de las dimensiones de la felicidad no presenta correlación con el *engagement* a nivel global.

La investigación de Coronado, Olortegui, Pérez, Y Rondon (2017), plantea determinar la influencia de la felicidad sobre el compromiso organizacional. Al igual que la presente investigación son de tipo descriptivo – correlacional donde se aplicó la Escala para Medir la Felicidad, que tiene como resultado concluyente relación directa con el compromiso organizacional primordialmente sobre la dimensión satisfacción con la vida con una relación moderada de ($0.25 < 0.01$), donde el trabajador más feliz demostrará su identificación con la organización.

En su investigación Toledo Córdova (2018), pretende determinar la relación entre el *engagement* y la felicidad para ambas variables se aplicaron los cuestionarios a este estudio. Este estudio muestra que hay relación significativa positiva baja de ($Rho=-,382$), que son lo contrario a los resultados hallados en esta investigación, lo que significa que no necesariamente la persona más feliz estará comprometida con su trabajo.

Lastra Y Tamayo (2017) en su investigación “Felicidad y *engagement* en docentes en una corporación educativa particular” conformada por cinco colegios en la ciudad de Arequipa en el 2017, busca encontrar la correlación entre ambas variables mencionadas, donde se tuvo como hipótesis general la correlación de sentido positivo entre Felicidad y *engagement*, lo cual se confirmó ya que existe una correlación significativa, positiva y moderada entre ambas variables, lo que significa que mientras mayor sea la Felicidad en los trabajadores mayores son los niveles de *engagement*, así mismo mientras menor sea la Felicidad en los trabajadores menor serán los niveles de *engagement*, caso contrario con la presente investigación puesto que no hay una relación directa, pero aún puede llegar a influir de forma indirecta, un claro ejemplo es el sentimiento de alegría y satisfacción al realizar sus actividades diarias.

Autores como Calla (2019) a través de sus diversos análisis observa que hay una relación significativa entre sus variables *Engagement* y Desempeño, lo cual refleja que el colaborador feliz será más productivo. En los hallazgos se observa que el nivel de energía de los trabajadores (vigor) tiene relación en la alegría de vivir. La satisfacción laboral se verá reflejada de diversos modos, podría considerarse aspectos para ser feliz en el ámbito Laboral.

En Pimentel-Chiclayo, realizaron una investigación con las mismas variables y la aplicación de los instrumentos, obteniendo una relación baja a moderada; que son lo contrario a estos hallazgos, donde evidencia que no existe ninguna relación entre el *engagement* y la felicidad. Otra investigación en la ciudad de Lima de Bendezú (2019), concluye que existe una relación positiva y moderada entre ambas variables estudiadas, lo que indicaría que, a mayor

felicidad, los trabajadores demostrarían mayor *engagement*, lo que nuevamente refutaría con los resultados obtenidos.

Conclusiones

1. Se concluye para el objetivo general, buscó demostrar la relación y diferencias entre la variable felicidad y el *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados - Huancayo, con un valor de Pearson de 11.296, se asumió que no existe relación entre ambas variables. En primer lugar, en cuanto a la variable felicidad, se observó que para la variable sentido de la vida tiene un 58% de trabajadores que se encuentran altamente felices, con el 53% de trabajadores felices en relación con la satisfacción con la vida, un 53% feliz respecto a su realización personal, y el 51% altamente feliz por la alegría de vivir, datos que conllevan a definir que los trabajadores se encuentran felices en su lugar de trabajo. Por otro lado, para la variable *engagement*, se evidencia que los colaboradores se encuentran medianamente comprometidos, respaldado por los resultados obtenidos para sus dimensiones, donde el 75% se encuentra medianamente comprometido respecto a la dedicación; el vigor muestra a 76% colaboradores medianamente comprometidos, y de la misma forma para la absorción con un 76%.

2. Respecto al primer objetivo específico, el cual era identificar las diferencias de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo, para la primera hipótesis, se determina con un valor de .890 que muestra que no existe diferencia entre felicidad y la primera interviniente género. Además, para el aspecto, los resultados muestran que no existe diferencias entre la felicidad y la edad con un resultado .507, de más misma forma para la interviniente área de trabajo con un valor del .280. Finalmente, para el interviniente tiempo de permanencia muestra un resultado del .859 que quiere decir que no existe relación con la variable felicidad.

3. Para el objetivo siguiente, identificar las diferencias del nivel de *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados- Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencias y área de trabajo. Para la primera interviniente, se

concluye que no hay diferencias entre las variables respecto al género de los colaboradores con un valor de .443 es decir que la edad no influirá en los niveles de *engagement* de la misma forma con respecto a la edad con un valor de .443. Para la siguiente interviniente arroja un valor de .293 es decir que las áreas de trabajo no determinan que los niveles de *engagement* sean mayores o menores. Finalmente, con un valor del .248 el tiempo de permanencia no fija niveles de *engagement* en los colaboradores de la empresa *Retail*.

4. Respecto al último objetivo, determinar la relación entre felicidad y *engagement* en los trabajadores de una empresa del sector *Retail* – Supermercados – Huancayo, al 95% de confianza se ha determinado que no hay relación entre dichas variables, también se observa que existe un grado equivalente a .774 entre ambas variables, siendo menor al valor crítico calculado de 16.1919. Que hace referencia a que no necesariamente a mayor felicidad en el trabajo, este se verá reflejada en niveles altos de *engagement*. Este resultado no respaldaría la teoría revisado en general, pues estos afirman que existe relación positiva entre las mencionadas variables.

Recomendaciones

1. Si bien es cierto no se encontró relación en las variables principales de la presente investigación, la empresa deberá centrar su atención en la búsqueda de la variable que incremente de forma directa los niveles de *engagement* en los colaboradores de la empresa, puesto que al ser primordial la búsqueda de talentos del primer nivel, estos deberán ser evidenciados mediante evaluaciones de desempeño y la satisfacción. Así mismo, deberá realizar una retroalimentación para proyectar cambios y/o mejorar en ese sentido.

2. Es evidente que los colaboradores se sienten más felices por la satisfacción que sienten en sus vidas, recordar que aspectos como el reconocimiento, condiciones laborales, entre otros puntos son clave para la formación de compromiso, y esto apunta al logro de objetivos organizacionales. Se debe buscar un balance satisfacción personal, laboral, familiar y profesional.

3. También se deberá considerar otros agentes que contribuyan a la generación de compromiso en los colaboradores, con la finalidad de contar con personal no sólo calificado en su trabajo, sino también, que se genere una identificación con la empresa; buscando que no trabaje por obligación sino por el contrario, motivado por el lugar en donde se encuentra y buscando motivación intrínseca.

4. Para la empresa será primordial la búsqueda de factores que aporten felicidad en los colaboradores, es decir, centrar esfuerzos en cómo se siente su activo, no solo para la generación de ingresos sino para la creación de valor a la empresa con personal comprometido y feliz.

5. Finalmente, al presentarse una inexistente relación entre la variable Felicidad y *Engagement*, se considerará la investigación de otros conceptos relacionados con Satisfacción Laboral, Compromiso; esto con la finalidad de realizar cambios trascendentales en el sector *Retail*, que actualmente está conduciendo mayor masas de personas para laborar; si bien es cierto

antecedentes muestran que existe relación, también es evidente que su relación es baja a moderada; lo que indica seguir con investigaciones que nutran la información ya alcanzada.

6. Se ha considerado la implementación de acciones, actividades, talleres entre otros, que posteriormente serán programas y que cada uno de ellos pertenezca a uno de los 3 grupos. El primer grupo llamado Salud debe incluir programas de Vida Saludable, estas se deben basar en la asesorías nutricionales, consejería personalizadas y actividades físicas; otro programa a considerar es Vida San donde se optara por incluir convenios de salud, chequeos médicos y vacunaciones que incluya al trabajador y familia; por ultimo Riesgos Psicosociales donde aborde aborden temas que pueden ocasionar enfermedades dentro del trabajo.

7. El segundo grupo basado en el Desarrollo, se deben considerar a la Innovación donde se promueva proyectos para fomentar la innovación e integración de ideas nuevas, dando lugar a realizar de forma distinta las cosas y esta ayude a crear una propuesta de valor para entender mejor a los clientes; así mismo desarrollar un programa de Habilidades, esto incluiría a manejar talleres dirigidos trabajadores para potenciar las competencias en donde se encuentra deficiente. Por último, promover el desarrollo de Jóvenes Talentos, donde los trabajadores viven la experiencia de aprendizajes cruzados en las distintas unidades de negocio que pertenece la empresa del Sector *Retail* – Supermercados.

8. El último grupo e importante que toda empresa debe considerar es la Seguridad, dentro de ellas implementar un programa de Pausas Activas donde se realice breves descansos durante la jornada laboral a través de diferentes técnicas y ejercicios que ayuden a reducir la fatiga, trastornos, recuperar energía, mejorar el desempeño y eficiencia en el trabajo; así mismo crear un programa de Formación en Seguridad bajo la modalidad de juegos, técnicas y cursos que ayuden a velar el cumplimiento de planes de acción e indicadores . En general crear una Cultura de Seguridad basada en la Prevención que compartan las buenas prácticas dentro de la empresa para reducir el número de accidentes de trabajo.

Referencias

- Acosta, H., Torrente, P., & Lloren, S. (2013). Prácticas organizacionales saludables: un análisis exploratorio de su impacto relativo sobre el engagement con el trabajo. *Universidad de Jaume*. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/83226>
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una escala para medir la felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*, 99-106.
- Alfaro, C. (2012). *Metodología de investigación aplicado a la ingeniería*. Callao.
- Arbaiza, L. (6 de Febrero de 2017). Compromiso Laboral. *El Peruano*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <http://www.elperuano.com.pe/noticia-compromiso-laboral-50879.aspx>
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Tercera Edición Pearson Educación.
- Bravo, R. (1988). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- Calla, E. (2019). *Relación entre el engagement y el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa "Royal Knit"*. UNA, Puno. Recuperado el 08 de Abril de 2020, de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/11467>
- Carrasco Diaz. (2002). *Metodología de la Investigación*. Lima.
- Concha, G., & Paucar, Y. (2019). *Relación entre el engagement con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Universidad Autonoma San Francisco S.A.C*. UNAS, Arequipa. Recuperado el 09 de Abril de 2020, de <http://bibliotecas.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10670>
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGrawHill.
- Coronado, F., Olortegui, C., Pérez, M., & Rondon. (2017). *Felicidad y compromiso organizacional en una empresa del sector farmacéutico peruano*. PUCP, Lima.

- Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/13517>
- Csikszentmihaly, M. (1998). *Finding Flow : The Psychology of Engagement With Everyday Life*. Basic Book.
- D'Agostino, A. (21 de Noviembre de 2015). *Deloitte Perú*. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de https://archivo.gestion.pe/empleo-management/87-empresas-considera-que-falta-compromiso-laboral-su-principal-problema-2149055?href=mas_leidas
- Davey, K. (2016). *Felicidad y engagement en estudiantes de educación superior que trabajan en Lima*. USMSM, Lima. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/5350>
- De la Fuente Fernández, S. (2011). *Ánalysis factorial*. Madrid: Universidad Autonoma de Madrid .
- Delgado, A., Mesía, K., & Romero, J. (2017). *Relación entre felicidad y engagement en trabajadores de una empresa del sector retail*. ESAN, Lima. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.esan.edu.pe/handle/ESAN/1338>
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American psychologist*(55(1)), 34-43.
- Ecured. (2016). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Art%C3%ADculo_cient%C3%ADfico
- Espinoza, E. (2019). *Felicidad y engagement en colaboradores de una empresa distribuidora de productos masivos de Chiclayo*. USS, Chiclayo. Recuperado el 08 de Abril de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/6165>
- Ezequiel, A. (1982). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires,Argentina: Humanitas.
- Gonzales Alonso, J., & Pazmino, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach paara el caso de validación de la consstencia interna de un cuestionario.

- Grinstein, L. (9 de Septiembre de 2016). *Perú Retail*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://www.peru-retail.com/clima-laboral-mejoro-retailers-peru/>
- Hernández Sampieri, R. (1998). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (1991). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodologia de la investigación*. México: McGrawHill.
- Hernández, M. (Diciembre de 2012). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 31 de Marzo de 2019, de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/>
- Jimenez, C. (2013). *Entusiasmo por el trabajo(engagement) : un estudio de validez en profesionales de la docencia en Lima, Perú*. Lima. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272015000200003
- Kamt, F. (20 de Marzo de 2018). *RRPP Noticias*. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de <https://rpp.pe/economia/economia/5-razones-para-implementar-una-adecuada-gerencia-de-la-felicidad-en-las-empresas-noticia-1052679>
- Lastra, E., & Tamayo, C. (2017). *Felicida y engagement en docentes de una corporacion Educativa en la Ciudad de Arequipa*. Universidad Católica de Santa María, Arequipa. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6721>
- Lazaro, E. (2019). *Felicidad y engagement en trabajadores de una empresa de rubro financiero de Lima Metropolitana*. UNFV, Lima. Recuperado el 09 de Abril de 2020, de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3155>
- Lind, D., Wathen, S., & Marchal, W. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (Decimoquinta ed.). Mexico: McGraw Hill.

- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de Mercados* (Vol. Quinta Edición). México: Pearson Educación.
- Maslach, C., & Leiter, M. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it* . San Francisco: CA : Jossey-Bass.
- Maurera, A. (2013). *Seminario de Investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/s12013seminariodeinvestigacion/albaro-maurera-16571864/importancia-del-planteamiento-del-problema>
- Mendoza, E. (2018). *Engagement y Satisfacción Laboral en los colaboradores de una empresa retail del distrito de Chorillos*. UCV, Lima. Recuperado el 08 de Abril de 2020, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25605>
- Murrillo, H. (2008). *La Investigación científica*.
- Ouweneel, E., Le Blanc, P., Schaufeli, W., & Van Wijhe, C. (2012). Good Morning, Good Day : A diary study on positive emotions, hope and work engagement. *Human Relations*, 65, 1129-1154.
- Paitán, H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Ediciones de la u.
- Robert, k. (2002). *Metodología*. Recuperado el 31 de Marzo de 2019, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/gallegos_p_va/capitulo3.pdf
- Sabino, C. (1986). *El proceso de investigación*. Caracas : Panapo.
- Saks, A. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Seligman, M. (2002). *La autentica felicidad*. Ediciones B.
- Sharifzadeh, M., & Almaraz, J. (2014). Happiness and productivity in the workplace. *American Journal of management*(14(4)), 19.
- Schaufeli, W., Salanova, M., González Roma, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of engagement and burnout : A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal*

of Happiness studies, 71-92. Recuperado el 31 de Marzo de 2019, de <https://es.slideshare.net/ignacioinspirado/felicidad-organizacional>

Tamayo, M. (2010). *El proceso de la investigación científica*. México : Noriega.

Toledo Córdova, S. Y. (2018). *Engagement y felicidad en trabajadores de una empresa Outsourcing del distrito de San Borja*. Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/25966>

Triola, M. (2009). *Estadística*. México: Pearson Educación.

Vásquez, S. (2015). *Un modelo de gestión de personas orientado a la felicidad en el trabajo*(Disertación doctoral no publicada). Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Santiago de Compostela, España.

Yamamoto, J. (2013). Bienestar de recursos humanos y desarrollo social. *Tiempo de opinión*(6(11)), 1-12.

Apéndice A

Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Existe relación y diferencias entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados - Huancayo?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Demostrar la relación y diferencias entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados – Huancayo.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación y diferencias entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados - Huancayo.</p>	<p>Dependiente <i>Engagement</i></p> <p>Independiente Felicidad</p>	<p>Métodos General: Deductivo.</p> <p>Específico: Método inferencial.</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Diseño: no experimental, transaccional</p> <p>Nivel: Descriptiva Correlacional.</p> <p>Población 74 trabajadores</p> <p>Muestra Muestreo por conveniencia - 72 trabajadores</p>
<p>Problemas específicas</p> <p>¿Cuáles son las diferencias del nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados – Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo?</p>	<p>Objetivos específicas</p> <p>Identificar las diferencias del nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados- Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>Existen diferencias en el nivel de felicidad en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i>- Supermercados – Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.</p>		
<p>¿Cuáles son las diferencias del nivel de <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados – Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo?</p>	<p>Identificar las diferencias del nivel de <i>engagement</i> de los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados- Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.</p>	<p>Existen diferencias en el nivel de <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados – Huancayo debido al género, edad, tiempo de permanencia y área de trabajo.</p>		
<p>¿Existe relación entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados - Huancayo?</p>	<p>Determinar la relación entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados- Huancayo.</p>	<p>Existe relación entre felicidad y <i>engagement</i> en los trabajadores de una empresa del sector <i>Retail</i> – Supermercados – Huancayo.</p>		

Apéndice B

Operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Reactivos
Felicidad	Estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado (Alarcón, 2006)	<p>sentido positivo de la vida Hace referencia una sensación sin estados de depresión o vacíos existenciales, sino por el contrario (Alarcón, 2006).</p> <p>satisfacción con la vida Es la sensación de logro (Alarcón, 2006).</p> <p>realización personal Implica la tranquilidad emocional por lo que ya se ya se ha conseguido, sin remordimiento (Alarcón, 2006)</p>		<p>Siento que mi vida está vacía. Pienso que nunca seré feliz. La mayoría del tiempo me siento feliz. Me siento inútil. La vida ha sido injusta conmigo. Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad. Me siento un fracasado. La felicidad es para algunas personas, no para mí. Me siento triste por lo que soy. Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos. Todavía no he encontrado sentido a mi existencia. En la mayoría de las cosas mi vida está cerca de mi ideal. Las condiciones de mi vida son excelentes. Las condiciones de mi vida son excelentes. La vida ha sido buena conmigo. Me siento satisfecho con lo que soy. Me siento satisfecho porque estoy donde tengo que estar. Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes. Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada en mi vida.</p>

<i>Engagement</i>				Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado. Me considero una persona realizada. Mi vida transcurre plácidamente. Creo que no me falta nada. Es maravilloso vivir. Por lo general me siento bien. Soy una persona optimista. He experimentado la alegría de vivir. Mi trabajo tiene sentido y propósito	
		alegría de la vida Busca que la persona mantenga una actitud positiva antes situaciones difíciles (Alarcón, 2006).		Estoy entusiasmado con mi trabajo Mi trabajo me inspira Estoy orgulloso del trabajo que hago Mi trabajo es retador	
	Se refiere a un estado afectivo-cognitivo más persistente que no está focalizado en un objeto, evento o situación particular. Este se caracteriza por altos niveles de energía y una fuerte identificación con el trabajo (Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker, 2002).	dedicación Denota la implicación laboral, junto con el sentimiento de significación, entusiasmo, inspiración, orgullo y reto por el trabajo (Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker, 2002).	Nivel de significado que tiene el trabajo. Orgullo, entusiasmo e inspiración por la labor que cumple en el trabajo Reto percibido por el trabajo		
		vigor Se caracteriza por altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja (Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker, 2002).	Nivel de energía Resistencia mental Esfuerzo en el trabajo		En mi trabajo me siento lleno de energía Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar Puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo Soy muy persistente en mi trabajo Incluso cuando las cosas no van bien, continúo trabajando. El tiempo vuela cuando estoy trabajando
	absorción Se da cuando se está totalmente concentrado en el trabajo mientras se	Sentir que el tiempo pasa volando		Cuando estoy trabajando “olvido” todo lo que pasa alrededor de mí. Me es difícil “desconectar” del trabajo.	

experimenta que el tiempo se pasa volando, teniendo dificultad de desconectar con lo que se está haciendo (Shaufeli, Salanova, Gonzáles Roma, & Bakker, 2002).	Sentimiento de felicidad, concentración y situación placentera en el trabajo.	Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo Estoy inmerso en mi trabajo Me “dejo llevar” por mi trabajo
--	---	--

Apéndice D. Tipo de prueba

