

IBSN

ISSN 2145-6569

2145-6569-0-7

Revista de Psicología **GEPU**

*Grupo Estudiantil y
Profesional de Psicología
Univalle
Cali - Colombia*

*Vol. 3 No. 2
Diciembre de 2012*





REVISTA DE PSICOLOGÍA GEPU
Vol. 3 No. 2 – Diciembre de 2012
ISSN 2145-6569



Editor

Marlon Muñoz Méndez
muoz89@gmail.com

COMITÉ EDITORIAL

Sairy Sevilla Chicangana
Universidad del Valle

Wilson Lozano Medina
Universidad del Valle

Helena Rojas
Fundación Paz y Bien

Andrey Velásquez Fernández
Secretaría Departamental de Salud

Juan Camilo Gómez Díaz
Universidad del Valle

Argeli Arango Vasquez
ASOCAÑA

Carolina Araque Rojas
Fundación SIDOC

Luz Adriana Rodríguez
Universidad del Valle

Cindy Carolina Valencia
Universidad del Valle

Jhon Jairo Perdomo Portilla
Fundación Herramientas Creativas

Juan Camilo Gómez Díaz
Universidad del Valle

Luisa Fernanda Collazos
Universidad del Valle Palmira

William López Gutiérrez
Universidad del Valle

Juan Camilo Caicedo
Universidad San Buenaventura

Lina Vanessa Sánchez
Universidad del Valle Yumbo

Andres Mauricio Quintana
Universidad San Buenaventura

Anny Echeverry Castañeda
Universidad Cooperativa de Colombia

Lizzeth Dorado Perafan
Universidad del Valle

Laura Daniela de los Rios López
Universidad del Valle

Alisson Andrea Herrera Mosquera
Universidad del Valle

CONSULTORES NACIONALES

Leonel Valencia Legarda
Universidad San Buenaventura

Jorge Alexander Daza
Universidad Católica de Pereira

Andrés de Bedout Hoyos
Universidad San Buenaventura

Yuly Lorena Ardila
Pontificia Universidad Javeriana

Nelly Aide Fajardo Ibarra
Fundación Social Gestar Futuro

CONSULTORES INTERNACIONALES

Robert Mitchel Briceño Álvarez
Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Susana Vigñolo
Universidad de Buenos Aires

María Amparo Miranda Salazar
Universidad del Valle de México

Nicodemos Batista Borges
USJT

Analia Veronica Lozada
Universidad Católica de Argentina

David Alonso Ramírez
Universidad Autónoma de Centro América

Ana Cecilia Augsburguer
Universidad Nacional de Rosario

Francisco Javier Torres
Universidad de las Islas Baleares

Nayane Martoni Piovezan
Universidade São Francisco

Wilbert Cozzarelli
Universidad Autónoma de Chiriquí

COORDINADORES DE DISTRIBUCION

Margarita Ojeda
Asociación Paraguaya de Neuropsicología

Mario Rosero Ordoñez
Universidad Mariana

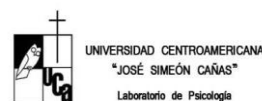
Nora Couso
Área de Medición Educativo Provincia del Chubut de Argentina

Pablo Antonio Vásquez
Corporación para la Intervención Neuropsicopedagógica y la Salud Mental

INDEXACIONES



AUSPICIADORES



Agradecimientos especiales en este número a los Asistentes Editoriales Mariana García Hernández y Carolina Hidalgo. La **Revista de Psicología GEPU** es publicada por el Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle, 5 piso, Edificio 385, Ciudadela Universitaria Meléndez, Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia. Los artículos son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión del Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle.

Hecho en Colombia - Sudamérica.

Safe Creative Código 1301194397181



Revista de Psicología GEPU Vol. 3 No. 2 by Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License. Creado a partir de la obra en <http://revistadepsicologiagepu.es.tl/Vol.-.-3-No.-.-2.htm>



ENGAGEMENT, RELACIÓN CON NIVEL DE ESTUDIOS Y TRAYECTORIA LABORAL

ENGAGEMENT IN CONNECTION WITH LEVEL OF EDUCATION AND WORK EXPERIENCE

Joaquín Brennan, Pablo Palermo & Andrea Tagliapietra
Universidad Nacional de Mar Del Plata / Argentina

Referencia Recomendada: Brennan, J., Palermo, P., & Tagliapietra, A. (2012). Engagement, relación con nivel de estudios y trayectoria laboral. *Revista de Psicología GEPU*, 3 (2), 36 - 42.

Resumen: Argentina vive un notable auge turístico en la actualidad, observable en la multiplicación de lugares de destino y de productos turísticos. Esta situación ha llevado a un creciente interés por el estudio del turismo y particularmente de la industria de la hospitalidad. El éxito de esta industria se basa en gran medida en la operatividad y efectividad de sus RR.HH., por lo que su personal se convierte en un ingrediente clave. Podemos señalar que el primer contacto que se encuentra un turista al solicitar hospedaje es el departamento de recepción, aquí comienza la interacción entre el empleado y el cliente. Este primer contacto es fundamental, pues es la tarjeta de presentación del hotel. En este trabajo se intenta conocer el Engagement del departamento de recepción del personal efectivo en hoteles 2 y 3 estrellas de la ciudad de Mar del Plata relacionándolo con el nivel de estudio en hotelería y la trayectoria laboral hotelera. La muestra consta de 22 casos realizada sobre 24 hoteles, se obtuvo mediante un muestreo sistemático utilizando la guía hotelera online del Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata, respetando la participación voluntaria. **Palabras Clave:** Engagement, Nivel de Estudio, Trayectoria Laboral, Hotelería.

Abstract: Argentina is experiencing a remarkable growth of tourism at present, visible in the multiplication of destinations and tourism products. This has led to increased interest in the study of tourism and particularly the hospitality industry. The success of this industry is based largely on the operation and effectiveness of their HR staff so it becomes a key ingredient. We note that the first contact a tourist is to apply for hosting the reception department, here begins the interaction between the employee and the customer. This first contact is critical because it is the card of the hotel. This paper tries to achieve the Engagement of staff receiving department effective in 2 and 3 star hotels in the city of Mar del Plata related to the level of study and work history. The sample consisted of 22 patients conducted in 24 hotels, was obtained by systematic sampling using the online hotel guide Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata, respecting voluntary participation. **Key Words:** Engagement, The Level of Study, Hospitality, Work Experience.

Recibido: 15/08/2011 Aprobado: 14/05/2012

Joaquín Brennan. Universidad Nacional de Mar Del Plata, Diagonal J.B.Alberdi 2695 Rawson 2461 Argentina, Buenos Aires, Mar del Plata (C.P. 7600) (054)(0223) 155 374312. Correo electrónico: joaquinbrennan@gmail.com

Pablo Palermo. Universidad Nacional de Mar Del Plata Lamadrid 2958 1F Argentina, Buenos Aires, Mar del Plata (C.P. 7600) (054)(0223) 154 463906

Andrea Tagliapietra. Universidad Nacional de Mar Del Plata.

Introducción

Sector hotelero

Favorecida por su entorno geográfico la ciudad de Mar del Plata ha sido pionera de la actividad turística junto con la pesquera, distintas crisis han sacudido a estas actividades (Perrotta, Bernardo, 2008, G Cicalese 2002). Ha sido la actividad turística la que se ha mantenido en un constante crecimiento y en los últimos años se han visto notables inversiones, que continúan marcando la jerarquía de esta actividad. Particularmente el sector de la hotelería responde a la industria turística siendo una de las principales beneficiarias de esta actividad, este sector ha tenido un marcado crecimiento en los últimos 15 años, en los cuales encontramos edificaciones de hoteles 5 estrellas, reforma de hoteles a 4 y 3 estrellas, esta inversión hotelera empezó a constituir una ciudad de todo el año debido a la organización de congresos y distintos eventos de importancia.

Este crecimiento de la hotelería no ha sido en todo sus aspectos planificados y siendo nuestro interés la psicología laboral nos enfocamos en el impacto que han sufrido los RRHH de esta actividad. Particularmente se considera al recepcionista como la piedra fundamental en la organización y funcionamiento de un establecimiento hotelero, ya que cumple múltiples tareas que van desde la reserva de habitaciones, pasando por el trabajo en la recepción que implica asistir al correcto funcionamiento de todas las partes de un hotel, hasta la promoción turística del lugar.

Teniendo en cuenta esta situación en el presente trabajo nos enfocamos en el estudio del recepcionista, buscando explorar el Engagement junto con el nivel de estudios en hotelería y la trayectoria laboral hotelera. Esta investigación fue realizada bajo el paradigma de la psicología positiva. Dicho enfoque es una rama reciente de la psicología que busca comprender, a través de la investigación científica, los procesos que subyacen a las cualidades y emociones positivas del ser humano.

El espacio laboral actual se encuentra en continuo cambio

Las organizaciones se enfrentan con múltiples retos y dificultades, además de las propias del trabajo en sí: globalización, nuevas tecnologías, fusiones y diferencias culturales, cambios en las necesidades y valores tanto de los clientes como de los empleados y una constante demanda de eficacia y eficiencia. Las organizaciones deben adaptarse para poder ser competitivas y más especialmente en tiempos de crisis (Raquel Rodríguez-Carvajal, Bernardo Moreno-Jiménez, Sara de Rivas-Hermosilla, Abraham Álvarez-Bejarano y Ana Isabel Sanz-Vergel 2011). Todos estos cambios están afectando al bienestar y a la salud de la población trabajadora con repercusiones en la economía (European Agency for Safety and Health at Work, 2009). Desde

la Psicología Organizacional Positiva, este impulso a actuar en relación al trabajo, en determinadas condiciones y para ciertas personas, puede ser fuente de satisfacción y bienestar reportando beneficios tanto para la persona como para la organización.

Engagement

Varios conceptos son estudiados en este contexto y uno de ellos es el Engagement. El Engagement es un estado afectivo positivo, relativamente persistente, de plenitud que es caracterizado por el «vigor», la «dedicación» y la «absorción» o concentración en el trabajo (Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Romá & Baker, 2002).

Concretamente el vigor se refiere a altos niveles de energía y activación mental en el trabajo, la voluntad y predisposición de invertir esfuerzos y la persistencia, incluso ante las dificultades. La dedicación se asocia al entusiasmo, estar orgulloso e inspirado en el trabajo. Se caracteriza por un sentimiento de importancia y desafío. La absorción, es caracterizada por un estado de concentración, de sentimiento de que el tiempo pasa rápidamente y uno tiene dificultades para desligarse del trabajo. Si analizamos los componentes del engagement advertimos que responde a la descripción de un constructo claramente motivacional ya que posee componentes de activación, energía, esfuerzo y persistencia y está dirigido a la consecución de objetivos. Las personas que experimentan engagement, se muestran enérgicas y eficazmente unidas a sus actividades laborales y se sienten totalmente capaces de responder a las demandas de su puesto de trabajo con absoluta eficacia. Los trabajadores afrontan las horas de trabajo llenos de energía y dispuestos a aplicar sus conocimientos y desarrollar sus capacidades. Disfrutan con su ejecución y experimentan emociones placenteras de plenitud y autorrealización. Esta experiencia positiva se relaciona con la satisfacción y contribuye al estado de bienestar. Se ha mostrado empíricamente que el estado de Engagement modula los efectos directos de los recursos sobre el desempeño, el bienestar y la calidad de vida en general (Salanova y Schaufeli, 2009) como si se tratara de un estado positivo que hace posible y facilita el uso de recursos. Desde la perspectiva organizacional, el Engagement se relaciona positivamente con el desempeño y el compromiso organizacional y negativamente con el absentismo, rotación y tendencia al abandono. También el Engagement se relaciona también con un mejor rendimiento. Por ejemplo, la percepción de los clientes en cuanto a la calidad de servicio ofrecida es mejor cuando entran en contacto con trabajadores engaged de hoteles y restaurantes, en comparación con los trabajadores que no están engaged (Salanova, Agut y Peiró, 2005).

Hipótesis

Debido a que el estudio es una elección esperamos que a mayor nivel de coherencia del estudio con el puesto de trabajo se aumente el Engagement. Entendemos al estudio como todas las

capacitaciones, cursos, tecnicaturas y recorrido Universitario que posea el sujeto. Así mismo consideramos que la trayectoria laboral no garantiza dicho fenómeno del Engagement. Entendemos la trayectoria laboral como todos los trabajos que desempeñó el sujeto en el área específicamente hotelera.

Metodología

El universo de análisis al que hace referencia esta investigación son los trabajadores efectivos de la recepción de la industria hotelera en la ciudad de Mar del Plata que se desempeñan en hoteles 2 y 3 estrellas ubicados en el centro y microcentro.

Se consideraron a los recepcionistas permanentes, es decir a los que trabajaban durante todo el año, excluyéndose de la muestra a trabajadores temporarios contratados para los periodos de pico de demanda. Esto obedeció al interés de estudiar la acción de los efectos del trabajo prolongado sobre el Engagement y para normalizar la muestra.

La muestra quedó conformada por 22 sujetos, se distribuye en 72.72 % de hombres y 27.28% de mujeres. Respecto a la distribución etaria, el 60% se encuentra entre 18 y 26, el 9 % entre 27 y 34, el 22% entre 35 y 42 y el 9% entre 43 y 50 años.

Instrumentos y materiales

Se elaboró una encuesta abierta con 2 tablas y un cuestionario cerrado. En los cuales se indaga nivel de estudio, trayectoria laboral y nivel de Engagement respectivamente.

En la primera tabla se solicitaba completar con los estudios alcanzados, cursos y capacitaciones, indicando: Año, Duración, Institución, Título y Estado (abandonado - en curso - finalizado). La última tabla solicita completar con la trayectoria laboral, indicando: Antigüedad, Temporal/efectivo, salario, empresa, puesto, franja horaria, personal a cargo. El cuestionario que se integró en la encuesta fue el Utrecht Work Engagement Scale versión original 17 ítems. El cual mostró una invarianza factorial manteniendo su estructura tanto en diversos grupos ocupacionales como en distintos países. Se han realizado numerosos estudios empíricos que demuestran la consistencia interna y la validez factorial. Para un listado mas actualizado de todas las publicaciones www.schaufeli.com. (Salanoba y Schaufeli, 2009)

Se realizó una prueba piloto para conocer si la encuesta era clara para los sujetos y ver si se realizaban modificaciones. De tal manera a partir de la prueba piloto se sacaron algunas preguntas y se agregaron otras, se modificó el modo de preguntar, se modificó la confección de las tablas, su orden, y se redujo el cuestionario en cantidad de hojas.

Para el recuento, cruzamiento y construcción de tablas se utilizó el programa estadístico SPSS versión 17.

Procedimiento

Se tomó una muestra por conglomerados, utilizando la guía hotelera online del Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata, que divide a la ciudad en once conglomerados, se eligió al centro y al microcentro, constituidos por 75 hoteles de 2 y 3 estrellas. Se determinó la muestra de 32 hoteles, mediante un muestreo sistemático, de los cuales se encontraron 6 hoteles cerrados y dos hoteles negaron su participación, quedando un total de 24 hoteles, siendo un total de 72 recepcionistas permanentes. Sobre un total de 60 encuestas entregadas a los recepcionistas se devolvieron 24 encuestas completadas de las cuales dos se anularon.

Resultados

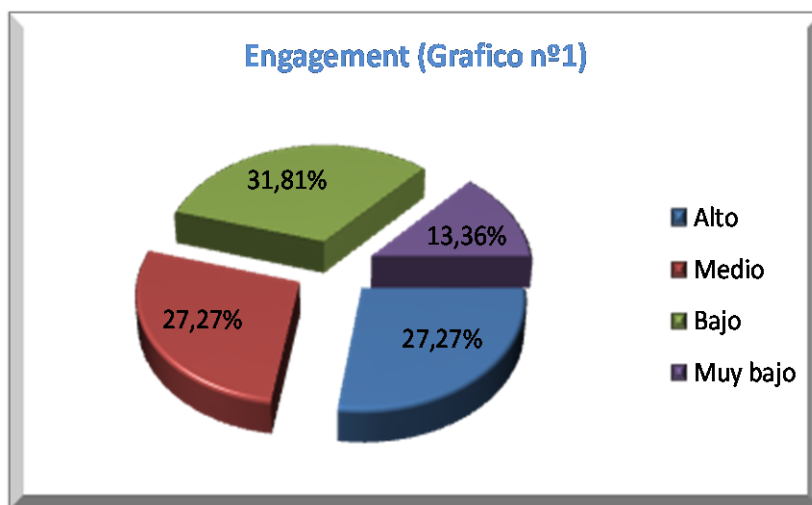
Engagement

Se puede observar que el 54.54 % de los encuestados se encuentra en un nivel medio - alto de Engagement y un 45.44% de los encuestados se encuentra en un nivel muy bajo - bajo.

Relación nivel Engagement con estudios en el área hotelera.

Estudios en el área de hotelería el 54.54% no tiene estudios relacionados, el 27,27% tiene estudios y el 18.18% no respondió.

En el nivel "muy bajo" de Engagement, correspondiente al 13,63%, el 100% de los sujetos no tiene estudios relacionados con la hotelería.



En el nivel "bajo" de Engagement, correspondiente al 31.81%, el 57.14% no posee estudios relacionados con la hotelería. El 14,28% si tiene estudios relacionados y el 28.57% no respondió.

En el nivel "medio" de Engagement, correspondiente al 27.27%, el 50% no tiene estudios relacionados con la hotelería, el 33.33% posee estudios relacionados y el 16.66% no respondió.

En el nivel "alto" de Engagement, correspondiente al 27.27%, el 33.33 no tiene estudios relacionados con la hotelería, el 50% posee estudios relacionados y el 16.66% no respondió.

Relación nivel Engagement con antecedentes laborales en hotelería

Trabajos en el área de hotelería el 81.81% tiene estudios relacionados al área, el 13.63% no tiene antecedentes y el 4.54% no respondió.

En el nivel "muy bajo" de Engagement, correspondiente al 13,63%, el 100% de los sujetos no tiene antecedentes laborales relacionados con la hotelería. En el nivel "bajo" de Engagement, correspondiente al 31.81%, el 28.57% no posee antecedentes laborales relacionados con la hotelería. El 57.14% si tiene antecedentes relacionados y el 14.28% no respondió. En el nivel "medio" de Engagement, correspondiente al 27.27%, el 100% de los sujetos tiene antecedentes laborales relacionados con la hotelería. En el nivel "alto" de Engagement, correspondiente al 27.27%, el 16.66% no tiene antecedentes laborales relacionados con la hotelería, el 83.33% posee antecedentes relacionados.

Tabla de contingencia N°1 Estudios hotelería - antecedentes laborales *					
			ANTECEDENTES LABORALES EN HOTELERIA		Total
			si	no	
ESTUDIOS EN HOTELERIA	si	Recuento	6	0	6
		% ESTUDIOS EN HOTELERIA	100,0%	0%	100,0%
	no	Recuento	8	4	12
		% ESTUDIOS EN HOTELERIA	66.66%	33.34%	100,0%
Total		Recuento	14	4	18
		% ESTUDIOS EN HOTELERIA	77.77%	22.22%	100,0%

* Se omitió a los sujetos que dieron respuestas parciales.

Discusión

En nuestra hipótesis esperábamos que a mayor nivel de coherencia del estudio con el puesto de trabajo se aumente el Engagement. Según los datos presentados podemos decir que existe una correlación positiva que da como resultado que a mayor coherencia entre el estudio y el trabajo mayor es el Engagement.

También esperábamos que la trayectoria laboral no garantizara dicho fenómeno del Engagement, sin embargo el 83.33% de los encuestados con nivel alto de Engagement tiene antecedentes en el área hotelera. Este es un dato inesperado, ya que suponíamos que el trabajo en Mar del Plata no es en general una elección, sino una circunstancia, una necesidad, ya que es difícil trabajar de lo que se quiere, suponíamos que esto afectaría el nivel de Engagement negativamente. Sin embargo, este estudio abarca solamente una parte del amplio fenómeno analizado que es el Engagement, dejando de lado otras variables, de tal manera no se considera algo completo y acabado sino que ahora se abren nuevos caminos para futuras investigaciones, para así enriquecer la comprensión e interpretación del tema bajo estudio.

Bibliografía

Perrotta, B. (2008). *La pesca comercial marplatense en el contexto socioeconómico argentino (1976-2001)*. Tesis de grado. UNMDP Facultad de Humanidades. Arg. Mar del Plata.

Cicalese, G. (2002). *La crisis del turismo masivo en la ciudad de Mar del Plata, 1976-1989*. Mar del Plata. Imágenes urbanas, Editora Mónica Bartolucci.

Rodríguez-Carvajal, R., Moreno-Jiménez, B., Rivas-Hermosilla, S., Álvarez-Bejarano, A., & Sanz-Vergel, A. I. (2011). *Psicología positiva en el trabajo: ganancias mutuas para individuos y organizaciones*. UAM Universidad Autónoma de Madrid.

European Agency for Safety and Health at Work: Milczarek, M., Schneider, E., Rial Gonzalez, E. (2009). *OSH in figures: stress at work-facts and figures*. Luxembourg: European Communities.

Schaufeli, W. B., Martínez, I., Marques Pinto, A. Salanova, M., & Bakker, A.B. (2002). Burnout and engagement in university students: A cross national study. *Journal of Cross- Cultural Psychology* (33), 464-481.

Salanova y Schaufeli (2009). *El Engagement en el trabajo, cuando el trabajo se convierte en pasión*. Madrid: Alianza.

Salanova, M., Agut, S., y Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work Engagement to employee performance and customer loyalty: The mediating role of service climate. *Journal of Applied Psychology* (90), 1217-1227.

Pagina Ente de Turismo Mar del Plata: <http://www.turismomardelplata.gov.ar/resultados-hoteles.asp?categoria=14&zona=-1&nombre=>