

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Ciencias Sociales y Humanidades

**Felicidad en el trabajo y su influencia en la autoestima de los
trabajadores**

Nathali Alexandra Chiza Cahuasqui

Psicología y Recursos Humanos

Trabajo de integración curricular presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Psicología y Recursos Humanos

Quito, 20 de diciembre de 2019

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

Felicidad en el trabajo y su influencia en la autoestima de los trabajadores

Nathali Alexandra Chiza Cahuasqui

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

**Cristina Crespo , Máster en Docencia
Universitaria**

Firma del profesor:

Quito, 20 de diciembre de 2019

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

Nombres y apellidos:

Nathali Alexandra Chiza Cahuasqui

Código:

00115446

Cédula de Identidad:

1720068608

Lugar y fecha:

Quito, 20 de diciembre de 2019

RESUMEN

Hay contradicciones entre la autoestima y la felicidad en el trabajo, pues ninguna de las variables anteriores son responsabilidad de la empresa y dependen únicamente de las motivaciones intrínsecas de la persona. No obstante, existen algunas investigaciones que legitiman la importancia de sentirse bien consigo mismo para tener una buena salud mental y un desarrollo eficaz dentro del ambiente laboral.

Por esta razón, se investigan los beneficios de tener autoestima en el ambiente organizacional, a fin de determinar si el programa de felicidad en el trabajo incide en la autoestima de los empleados. Así pues, se plantea aplicar dos cuestionarios para evaluar la autoestima y otro para valorar la inteligencia emocional, a fin de probar las principales hipótesis. El primer instrumento es la escala de Rosenberg, este mide la autoestima desde una perspectiva global, el siguiente es un cuestionario que examina cómo son las interacciones del empleado con los demás miembros de la organización, y el último determina el nivel de inteligencia emocional en el trabajo.

Los resultados de esta propuesta empírica revelan que la autoestima es un constructo que depende de los paradigmas de la persona, así como de la construcción del autoconcepto, por lo que las experiencias laborales influyen en el estado de ánimo de los empleados y tienen un alto impacto en la felicidad individual.

Palabras clave: autoestima, felicidad, trabajo, empleados, comunicación, inteligencia emocional.

ABSTRACT

There are some contradictions between self-esteem and happiness at work, considering no one of the above feelings is responsibility of the company and it depends completely on the intrinsic motivations of the person. However, different researches affirm that is important feeling good about oneself to have good mental health because it helps to have and effective development indoors.

For this reason, the benefits of having self-esteem in the organizational environment are be investigated. In order to demonstrate if the happiness program at work affects the self-esteem of employees. So that, it is suggested to employ two questionnaires to assess self-esteem and another one to assess emotional intelligence, with the purpose to test the mainly hypotheses. The first instrument is the Rosenberg scale, this one measures self-esteem from a global perspective. The next one is a questionnaire who explore how are the employee's interactions with the other members of the organization. The last one determines the quality of emotional intelligence in the job.

The results of this empirical proposal reveal that self-esteem is a construct that depends of the self-paradigms, as much as on the construction of the self-concept. So, work experiences influence in the mood of employees and have a high impact In individual happiness.

Key words: self-esteem, happiness, work, employees, communication, emotional intelligence.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
DESARROLLO DEL TEMA.....	8
CONCLUSIONES	20
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23
ANEXO A: ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG	25
ANEXO B: CUESTIONARIO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL	26
ANEXO C: DIÁGNOSTICO DE AUTOESTIMA EN EL ENTORNO LABORAL.....	28
ANEXO D: FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO	29

INTRODUCCIÓN

La felicidad de los empleados se ha convertido cada vez más en un imperativo en los negocios. ¿Por qué? Ahora hay cada vez más pruebas de que cuando los empleados son felices, las organizaciones prosperan. Así, numerosos estudios corroboran que los trabajadores felices son hasta un 20% más eficaces que aquellos que se sienten deprimidos, y que incluso el precio de las acciones, según el ranking de la revista Fortune incrementaron un 14% por año entre 1998 y 2005, por el contrario las empresas que no figuran en la lista solo informaron un aumento del 6%. (Rodríguez y Sanz, 2013)

Pero ¿qué significa ser "feliz" en el lugar de trabajo? Teniendo en cuenta que muchas empresas están demasiado concentradas en lo que hacen, pero pasan por alto y minimizan quién está haciendo el trabajo, cómo y por qué lo está haciendo; y que mantener los niveles de autoestima del empleado no es responsabilidad de la empresa, aunque al final de día las cifras económicas muestran que la autoestima de los trabajadores impacta en sus resultados, por tanto es importante conocer cómo afecta la desempeño de una persona sentirse bien consigo mismo, pues tiene más concentración, su mente tiene pocas oportunidades de divagar y las relaciones interpersonales son más fluidas que en caso de los individuos con baja autoestima, ya que sus posibilidades de cometer errores aumenta. Por eso, para complementar la propuesta se puede utilizar la progresión de autoestima de Rosenberg, que es un medidor común de autoestima explícita, así con esta herramienta se puede identificar los motivos por los que la autoestima baja en adultos (Jhangiani & Hammond, s.f.) e identificar las causas y soluciones en el ambiente laboral para contribuir a obtener mejores resultados en el trabajo.

DESARROLLO DEL TEMA

Objetivos y pregunta de Investigación

Esta propuesta tiene como objetivo determinar si el programa de felicidad en el trabajo para que incide en la autoestima de los empleados, a través del reconocimiento y desarrollo de habilidades, especialmente cuando carecen de confianza en sí mismos, y es difícil lograr que rindan al máximo, entonces, ¿cómo ayudarlos a sobresalir en su trabajo? ¿Qué tipo de coaching se debería proporcionar? ¿Cuál es la mejor manera de aumentar su autoestima? y ¿Cómo y hasta qué punto el programa de felicidad en el trabajo mejora la autoestima de los empleados?

Justificación

La baja autoestima se va construyendo gradualmente, incorporando experiencias en una auto retroalimentación permanente que nos va devolviendo una imagen de nosotros mismos en función de nuestras decisiones, aciertos, errores, éxitos, fracasos, y de esta forma nos vamos definiendo a nosotros mismos, pues las personas nos autoevaluamos constantemente, y del resultado de esta autoevaluación sale una autoestima más o menos fortalecida e impacta en las relaciones interpersonales, salud y desenvolvimiento en el lugar de trabajo, ya que la mente comienza a divagar y evita que el trabajador cumpla sus objetivos profesionales, por lo que los individuos con baja autoestima en el lugar de trabajo presentan comportamientos inconscientes que debilitan en lo moral e impiden el éxito del trabajador. Por lo tanto, para mejorar la

autoestima de los trabajadores se plantea implementar un programa de felicidad en el trabajo en el que se incluya temas como: política de puertas abiertas en donde se fomente la comunicación con los supervisores, pares y subordinados; esquemas de compensaciones con base en objetivos claros para todos los colaboradores, así cada uno sabe qué se espera de ellos y que herramientas tiene para cumplir sus objetivos, por último procurar que el sistema de comunicación interna identifique las emociones de los colaboradores, pero sin dejar de ser objetivo.

Marco Teórico

Autoestima

La autoestima debe verse como ininterrumpida, ya que puede ser alta, media o baja, y frecuentemente se pondera como un número en la investigación empírica, ya que, al considerar la autoestima, es fundamental tener en cuenta que los niveles altos y bajos pueden ser emocional y socialmente lesivos para el individuo. De hecho, se cree que un nivel óptimo de autoestima se encuentra en el medio de la curva, pues las personas que actúan dentro de este rango son socialmente más dominantes dentro de las relaciones. Así, diversas investigaciones han expuesto las diferencias claves entre individuos con alta y baja autoestima. Por ejemplo, personas con alta autoestima se focalizan en el crecimiento y la mejora, mientras que las personas con baja autoestima se concentran en no cometer errores en la vida. En ese marco, se ha demostrado que la baja autoestima se relaciona con una serie de resultados negativos, como la depresión (Silverstone y Salsali, 2003).

Por ello, en una investigación realizada en Estados Unidos con una muestra de 3617 sujetos entre 25 y 104 años se demostró que la autoestima a lo largo de la vida de una persona tiene altos y bajos lo que gráficamente podría representarse cómo una parábola en forma de U. Es decir, que la autoestima aumenta o disminuye, de acuerdo con las experiencias de vida y tiende a mantenerse estable durante la adultez media y va disminuyendo con la vejez, porque comienza un período existencial (Orth, Trzesniewski y Robins, 2009).

Utilizar con nosotros mismos un lenguaje positivo, que abra posibilidades, contribuye a mejorar la autoestima, especialmente en el ámbito profesional, en el que cotidianamente debemos enfrentarnos a tareas y decisiones que unas veces tendrán éxito y otras no. Tampoco engañarse a sí mismo contribuye a desarrollar la autoestima; ante un error, decirse que “yo no soy responsable de lo que ha pasado”, “no ha salido bien pero tampoco me importaba mucho...” debilita la autoestima, ya que percibirse poco auténtico daña la imagen ante uno mismo y ante los demás, y se entra en una espiral en la que la autoestima sale debilitada.

No todos los ambientes de trabajo modernos se consideran como un ensamble perfecto para cada tipo de empleado, ya que con frecuencia esto puede afectar la autoestima profesional de las personas e incluso cambiar negativamente sus patrones de trabajo, como consecuencia de tener su avance profesional. Por eso, no solo es posible comenzar a atemorizarse irracionalmente con el rechazo o caer fácilmente en la frustración debido a su desempeño, sino que también puede dar lugar a conductas destructivas e inconscientes que refuerzan el rechazo o el fracaso.

En este sentido, tomar medidas para hacer crecer la carrera profesional a menudo es una decisión personal que implica vivir fuera de la zona de confort. Es decir, que depende de cada individuo reconocer no solo el valor propio y las maneras de mantener la autoestima profesional, sino que también es importante tener la capacidad de reconocer cuándo es el momento apropiado para comenzar a pensar en un avance. Además, de darse cuenta dónde están los estresores laborales, así como los comportamientos contraproducentes en el entorno laboral.

Así mismo, hay que considerar que la edad adulta joven es una época de adaptación a nuevos patrones de vida y nuevos intereses sociales, ya que se presupone que el adulto joven debe desempeñar nuevos roles, como el de cónyuge, padre o madre y además desarrolle nuevas actitudes, intereses y valores que se ajusten a las nuevas representaciones sociales. Estos ajustes hacen de la edad adulta temprana una etapa peculiar en la vida y al mismo tiempo una fase difícil por la carga emocional de estos cambios. Por eso, es especialmente difícil para la mayor parte de hombres y mujeres que no han tenido un referente como por ejemplo: padres, maestros, amigos u otras personas para que contribuyan a hacer los ajustes necesarios que los ayuden a enfrentar una situación complicada, sin embargo, como adultos se espera que adquieran las herramientas por sí mismos para evitar ser considerados "inmaduros". En consecuencia, estas personas dudan en acudir a otros para solicitar asesoramiento y ayuda cuando se dan cuenta que los ajustes son demasiado difíciles de manejar por sí solos (Orth y Robins, 2014).

La autoestima, según Jonassaint (2010) en un plano general es la auto imagen de una persona, es decir el modo como se percibe y cómo afecta de manera positiva o

negativa en las interacciones interpersonales. Además, es una forma de medir cuán calificado se siente un individuo para hacer frente a la vida. La construcción de la autoestima se reconoce hoy en día como una de las principales causas que impacta en el aprendizaje de una persona. La autoestima es un constructo socio psicológico que valora las actitudes y representaciones de la autoestima de una persona. Por lo tanto, la autoestima es un discernimiento de las características de uno como un objeto, es decir, cuán bueno o malo, valioso o inútil, positivo o negativo, o superior o inferior se siente una persona. Los componentes de la autoestima se forman a través de dos procesos interdependientes. Primero, las personas comparan sus propias identidades sociales, opiniones y habilidades con los demás, porque los individuos se reconocen en aquellos que se les parecen. No obstante, en la medida en que los sujetos sientan que son inferiores a aquellos con quienes interactúan, su autoestima se verá impactada negativamente. Segundo, los individuos se evalúan a sí mismos por medio de su interacción con los demás, ya que desde las primeras etapas del desarrollo el ser humano aprende a verse a sí mismo desde la perspectiva de otros.

Asimismo, la autoestima es un elemento trascendental de los procesos de adaptación en todas las fases de la vida, pero especialmente en los adultos mayores está asociado a los atributos de la adaptación, el bienestar, la satisfacción con la vida y la salud física. Por otro lado, la autoestima no está articulada con la edad cronológica, sino con las características de la afiliación social y las habilidades de adaptación de las personas para hacer frente a los diversos eventos de la vida, incluido el desgaste físico y cognitivo. Así pues, no hay evidencia científica que sustente que el proceso de envejecimiento infiera en una disminución de la autoestima, pues es independiente de

la reducción en muchas áreas de la actividad mental. El grado de la autoestima y la interpretación de los respectivos resultados varían conforme a varios modelos teóricos. Sin embargo, se deben enfatizar las estrategias sociocognitivas en juego para mantener un alto nivel de autoestima. La psicología social ha corroborado la repercusión del entorno que rodea a la persona en la mencionada normalización, a través de la pertenencia a grupos o progresos psicológicos como la contraposición social o la atribución causal. Tal punto de vista remarca la importancia del ambiente social y organizacional para el ajuste de una autovaloración positiva y por lo tanto, mantener el interés del levantamiento de la autoestima en adultos.

Felicidad en el trabajo

Por otro lado, la felicidad en el lugar de trabajo se relaciona a cuán contentas están las personas con su trabajo y sus vidas. El concepto de felicidad está relacionado con la satisfacción subjetiva de la persona, pues asumimos el equívoco de identificar los satisfactores con las necesidades, y la consiguiente alteración de los contenidos de este concepto. La felicidad en el lugar de trabajo es primordial para mejorar el rendimiento en cualquier empresa. Además, se ha demostrado que las personas felices son personas más eficaces, mientras que los individuos infelices tienen la mente dispersa y no prestan atención a ninguna tarea. Ciertos investigadores estiman que las organizaciones que pueden sostener la felicidad a largo plazo en el lugar de trabajo posiblemente podrían incrementar y conservar la productividad. Por lo tanto, es importante identificar qué factores afectan la felicidad de los empleados para optimizar objetivamente la felicidad en el lugar de trabajo. Sin embargo, las investigaciones sobre

la felicidad de los empleados son recientes, ya que la satisfacción de las necesidades de una persona se subyugó a la urgencia de tener bienes (Lapointe, Vandenberghe, y Panaccio, 2011).

El argumento de la felicidad en el lugar de trabajo debe abstraerse correctamente para que se pueda realizar una investigación apropiada, pues la mayoría de los adultos pasan una significativa parte de sus vidas trabajando y por lo tanto, es esencial saber cómo se sienten respecto de su trabajo, ya que esto puede tener un impacto considerable en su vida y bienestar. En este punto, es importante revisar el concepto de compromiso, sus raíces en la investigación psicológica y cómo las organizaciones han abordado el concepto de compromiso de los empleados, cómo se mide y los beneficios asociados con el aumento del compromiso.

Podría decirse que muchos de los paradigmas del comportamiento organizacional pertenecen a una rama más grande de constructos vinculados con la felicidad que convergen con algunas causas y consecuencias comunes de otras dimensiones existenciales. La investigación sobre la felicidad ha llamado cada vez más la atención desde la década de 1980 y sus efectos positivos en las medidas organizativas, como el desempeño económico, la productividad y la disminución de la rotación, se han demostrado repetidamente en cada una de las investigaciones. Asimismo, se ha demostrado que la felicidad está relacionada con varios resultados positivos en todos los dominios vitales principales, como el trabajo, las relaciones y la salud. No solo las personas exitosas son más felices, sino que la felicidad también aumenta la probabilidad de éxito. Por ello, los trabajadores felices muestran, por ejemplo, niveles más altos de actividad, orientación de enfoque, interés en el trabajo y

persistencia cuando enfrentan dificultades. A pesar de los infinitos beneficios potenciales de la felicidad, a veces se ha definido deficientemente, y los análisis muestran una superposición considerable con otras construcciones, como la satisfacción laboral o el compromiso (Kevin, McIntyre, Brent, Mattingly, Gary, Lewandowski Jr. & Simpson, 2014)

En numerosos estudios publicados por la American Psychological Association se sugiere que la autoestima se forma a partir de las experiencias, pues el ser humano es emocional y construye su amor propio, a partir de lo que vive tanto en el espacio personal como laboral, porque a fin de cuentas la vida es una y la persona no puede dividir su comportamiento por perímetros. Es decir que este constructo tiene un rol indispensable en la definición de la motivación, el comportamiento de las personas y su actitud hacia el trabajo. Así, las bases para construir el éxito de una persona están afectadas por las oportunidades para desarrollar habilidades, las condiciones socioeconómicas que tiene una persona, así como las oportunidades de aprendizaje y crecimiento profesional que ofrece una empresa, ya que el ambiente de trabajo está intensamente conectada con la satisfacción laboral, el compromiso organizacional, el ánimo, la conducta social, el rendimiento profesional, el deseo de cambiar de trabajo, al igual que con otras posturas esenciales vinculadas con la cultura organizacional.

En la actualidad la competencia emocional es un tema que constantemente cautiva la atención de investigadores, por lo que se ha ganado un lugar dentro de las indagaciones psicológicas. En este sentido, el desarrollo de la inteligencia emocional puede influir de forma positiva en el contrato emocional que existe entre los trabajadores y la compañía. Las respuestas teóricas sencillamente no pueden resolver

los problemas psicológicos en las organizaciones, porque cada conducta está estrechamente relacionada con la actitud emotiva, cognitiva del ser humano. En esta propuesta, los problemas en el lugar de trabajo se refieren a la inteligencia emocional, la autoestima y el compromiso de los empleados. El propósito específico de este trabajo escrito es evaluar la incidencia de la inteligencia emocional entre los empleados, ya sea capaz o no de influir en un compromiso con la organización a través del factor de autoestima de los empleados. Las técnicas de evaluación que se emplean para obtener el conjunto de datos son la escala de autoestima de Rosenberg, así como una encuesta de compromiso del empleado. Las conclusiones revelan que las cuatro dimensiones de la inteligencia emocional tienen una huella directa en el contrato emocional con la organización. De hecho, la inteligencia emocional y sus respectivas dimensiones influyen de forma indirecta en el compromiso organizacional cuando se subordina a la autoestima como un factor mediador que proporciona bienestar. Más adelante, se encontró que la autoestima de los empleados operaba como juez tendencioso que perturba la relación entre la inteligencia cristalizada, y las cuatro dimensiones de esta inteligencia con la responsabilidad organizacional. De este modo, los descubrimientos más importantes se localizan en la perspectiva de inteligencia emocional entre los trabajadores que pueden volverse más significativos con la progresiva disponibilidad de tener un pacto implícito del empleado cuando la autoestima actúa como un factor conciliador. Pues, para alcanzar el éxito profesional no solo es importante tener capacidad para resolver problemas de una forma lógica y estructurada, sino también que hay estimular el aprendizaje por medio de las experiencias, porque cada persona crece a su ritmo y cada vivencia deja una huella en la vida de una persona.

Diseño y Metodología

Diseño

Esta propuesta es de tipo cualitativo, por lo que se propone aplicar un modelo de cuestionario que permita identificar el grado de autoestima, conforme el propio interés de los trabajadores. Además, para complementar los resultados de la propuesta se aplicarán los instrumentos detallados en el Anexos A y B.

Población

Para identificar y definir a la población se elaborará un listado con la cantidad de empleados de las empresas más representativas del país, pues es importante determinar los resultados según el contexto de cada empresa. Además, para determinar la representatividad se selecciona un muestreo probabilístico estratificado, ya que se busca respetar la distribución que existe en la población. Por ejemplo, si se desea tomar una muestra de una población que tiene baja autoestima donde el 25 % representa a los varones, el 75% representa a las mujeres, así se sustenta la simetría, por cada 25 varones, se incluirán 75 mujeres. Así pues, para estimar la dimensión de la muestra se aplicará la siguiente fórmula.

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Una vez obtenida la muestra se determina los subgrupos en que se dividirá la población, de acuerdo con la variable que se está estudiando, además se elabora una lista con los miembros de cada subgrupo y se identifica el respectivo porcentaje.

Instrumentos o materiales

La autoestima es difícil de definir, pero es de gran utilidad por su influencia en los distintos contextos de las personas, por esta razón se utilizarán tres instrumentos de evaluación, los dos primeros sirven para valorar la autoestima, y el último es un test de inteligencia emocional. Así, la escala Rosenberg es una medición global de la autoestima, ya que se centra en los sentimientos de aceptación a sí mismo, esto permite tener una idea general de las motivaciones y cognición del sujeto de evaluación.

También, se utilizan dos cuestionarios de elaboración propia. El primero evalúa de forma general cómo son las interacciones de los empleados en el contexto laboral y el segundo instrumento sirve para determinar el grado de inteligencia emocional que tiene el trabajador, esto permite entender el motivo de determinados comportamientos y actitudes que afectan la efectividad del trabajo.

Proceso de recolección de datos

El modo para la generación de información comienza con el diseño de la muestra, pues hay que establecer la población, los resultados esperados, el margen de error asumido, la confiabilidad y los marcos muestrales. Después, precisa la técnica para recoger datos y se elabora la encuesta con todos los componentes que permitan determinar la percepción de cada sujeto frente a una determinada situación o emoción. Luego, es importante seleccionar a las personas que van a aplicar los test, así como a los capacitadores. Al final de jornada se realiza se analiza e interpreta los datos y se obtienen conclusiones de los instrumentos aplicados.

Análisis de los datos

A fin de, realizar el estudio cualitativo de la información se toma en consideración la extracción de no numérica de ciertas realidades subjetivas de los encuestados, ya que cada narrativa permite obtener datos profundos y diferentes de cada individuo. Además, para complementar el análisis será necesario observar la forma en cada persona le da un significado a cada palabra, por lo que este es un proceso mucho más largo y como los resultados son relativos, no es posible elaborar un análisis estadístico de los mismos.

Así pues, realizará un análisis de palabras y frases más utilizadas que se asocian a una emoción para identificar similitudes y diferencias. La herramienta que se utilizará es la estadística descriptiva, ya que éste permite realizar inferencias y sacar conclusiones a partir de datos imperfectos, es decir que los datos obtenidos nos permiten hacer predicciones acerca de un fenómeno emocional que tiene una base la información parcial de sí mismo.

Consideraciones Éticas

En este escrito se observarán íntegramente los principios éticos relacionados a una indagación con seres humanos, además el mismo será enviado al Comité de Ética de la Universidad San Francisco de Quito para su anuencia, por lo que el conjunto de cooperantes suscribirán un consentimiento informado con antelación a su asistencia; en el escrito se pormenorizará el propósito de este trabajo y se explicará que la colaboración es absolutamente facultativa, sin ninguna consecuencias profesional o individual para quienes opten por no asistir o decidan apartarse en alguna etapa de la indagación. Para garantizar el anonimato, las

ubicaciones e identidades de los sujetos serán protegidos tanto en los resultados publicados como en la forma en que se recolecta y archiva el material de trabajo.

CONCLUSIONES

Fortalezas y limitaciones de la propuesta

El desempeño laboral de los empleados está influenciado por factores demográficos, psicológicos y organizacionales, por lo que la incidencia de la felicidad en el trabajo sobre la autoestima de los empleados es elevada, ya que se demostró que los altos niveles de la cultura organizacional confluyen en un óptimo nivel de emoción e inteligencia emocional, de modo que el desempeño laboral mejora sustancialmente.

Además, es importante que los sistemas de recompensas, así como las acciones disciplinarias se lleven a cabo con equidad y sin tratos preferenciales para consolidar el compromiso laboral. Dado que, estos comportamientos respaldan la idea de que los estados psicológicos y las experiencias en el trabajo pueden afectar el desempeño de los empleados, a través de procesos cruzados.

También, se evidenció que la autoestima es un constructo que depende de los sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la forma de ver la vida. Incluso, influye en la satisfacción que siente la persona por los logros alcanzados, así como en la predisposición que tiene para alcanzar metas importantes, independientemente de las circunstancias. Sin embargo, hay que recalcar que el solo hecho de aumentar la

autoestima no es un factor determinante para obtener mejores resultados, pues el éxito no se construye con elementos aislados, sino por medio del aprendizaje individual y organizativo.

Adicionalmente, este documento contribuye a la investigación sobre la autoestima del desempeño, ya que tener una alta autoestima no necesariamente se traduce en éxito laboral. Tan solo favorece la persistencia frente al fracaso, por eso está correlacionada con el desempeño laboral. Asimismo, la autoestima tiene una sólida relación con la felicidad, aunque su origen no se puede establecer con claridad, en general se exteriorizan beneficios como: mayor iniciativa y sentimientos agradables.

A pesar de que los datos respaldan la mayoría de las hipótesis trabajadas en este documento, no hay evidencia de que los resultados sean generalizables en todas las organizaciones o industrias, por lo que los hallazgos pueden estar sesgados y sea necesario elegir otra metodología para el procedimiento de selección y tamaño de la muestra.

Recomendaciones para Futuros Estudios

Aun cuando, no hay muchos autores o escuelas que hayan estudiado la relación de la autoestima con la productividad o la felicidad en el trabajo, es importante promover el reconocimiento de la persona y la validación del otro, puesto que son las emociones las que determinan cada uno de los comportamientos y reacciones, tanto en el lugar de trabajo como en el ámbito privado.

En este sentido, sentirse bien consigo mismo influye en la forma como una persona se ubica en el mundo y asume su presente, por ello es importante darle más

importancia al estudio de la inteligencia emocional, así como su influencia en las distintas etapas y contextos de la vida, pues las emociones tienen una función muy importante en el modo en que interpretamos la realidad. En consecuencia, la ciencia tendrá que seguir investigando, para determinar la importancia de la autoestima en el lugar de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ashford, S., Lee, C., & Bobko, P. (1989). Content causes and consequences of job insecurity: a theory-based measure and substantive test. *Academy of Management Journal*, 32, 803–829. Recuperado de <http://webuser.bus.umich.edu/sja/pdf/ContentCauses.pdf>
- Blom, V., Richter, A., Hallsten, L., & Svedberg, P. (2018). The associations between job insecurity, depressive symptoms and burnout: The role of performance-based self-esteem. *Economic and Industrial Democracy*, 39(1), 48–63. <https://doi.org/10.1177/0143831X15609118>
- Ekrot, B., Rank, J. (2015). Antecedents of project managers' voice behavior: The moderating effect of organization-based self-esteem and affective organizational commitment. Recuperado https://www.researchgate.net/publication/285042909_Antecedents_of_project_managers'_voice_behavior_The_moderating_effect_of_organization-based_self-esteem_and_affective_organizational_commitment
- Ivona Hideg and D. Lance Ferris (2014). Support for employment equity policies: A self-enhancement approach, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 10.1016/j.obhdp.2013.11.002, 123, 1, (49-64)
- Jonassaint, C. (2010). Heritability of Self-Esteem from Adolescence to Young Adulthood. Recuperado <https://pdfs.semanticscholar.org/d7b6/6a4e5a58a7ca614175ec5d794dd624190b01.pdf>
- Kevin P. McIntyre, Brent A. Mattingly, Gary W. Lewandowski Jr. & Annie Simpson (2014) Workplace Self-Expansion: Implications for Job Satisfaction, Commitment, Self-Concept Clarity, and Self-Esteem Among the Employed and Unemployed, *Basic and Applied Social Psychology*, 36:1, 59-69, DOI: 10.1080/01973533.2013.856788
- Kinnunen, U, Feldt, T, Mauno, S (2003) Job insecurity and self-esteem: Evidence from cross-lagged relations in a 1-year longitudinal sample. *Personality and Individual Differences* 35(3): 617–632. Recuperado de https://www.academia.edu/12660771/Job_insecurity_and_self-esteem_evidence_from_cross-lagged_relations_in_a_1-year_longitudinal_sample
- Lapointe, É., Vandenberghe, C., & Panaccio, A. (2011). Organizational commitment, organization-based self-esteem, emotional exhaustion and turnover: A conservation of resources perspective. *Human Relations*, 64(12), 1609–1631. <https://doi.org/10.1177/0018726711424229>
- Magnus O. Igbinoia and S.O. Popoola (2016). Organizational Culture And Emotional Intelligence As Predictors Of Job Performance Among Library Personnel In Academic Libraries In Edo State, Nigeria, *Journal of Information Science Theory and Practice*, 10.1633/JISTaP.2016.4.2.3, 4, 2, (34-52)

- Mäkikangas, A, Kinnunen, U (2003) Psychosocial work stressors and well-being: Self-esteem and optimism as moderators in a one-year longitudinal sample. *Personality and Individual Differences* 35(3): 537–557.
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The Development of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387. <https://doi.org/10.1177/0963721414547414>
- Orth, U., Trzesniewski, K., Robins, R. (2009). Self-Esteem Development From Young Adulthood to Old Age: A Cohort-Sequential Longitudinal Study. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/6468/2d68d7fa40172f27150365b4c85ae4d6f659.pdf>
- Rodríguez, A., Sanz, A. (2013). *Happiness and well-being at work: A special issue introduction*. Obtenido el 20 de octubre 2019 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1576596213700148>
- Rugulies, R, Bültmann, U, Aust, B, Burr, H (2006) Psychosocial work environment and incidence of severe depressive symptoms: Prospective findings from a 5-year follow-up of the Danish work environment cohort study. *American Journal of Epidemiology* 163(10): 877–887. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/7207181_Psychosocial_Work_Environment_and_Incidence_of_Severe_Depressive_Symptoms_Prospective_Findings_from_a_5-Year_Follow-Up_of_the_Danish_Work_Environment_Cohort_Study
- Silverstone, P. H., & Salsali, M. (2003). Low self-esteem and psychiatric patients: Part I—The relationship between low self-esteem and psychiatric diagnosis. *Annals of General Psychiatry*, 2(1), 2.
- Society for Human Resource Management (2011) Employee job satisfaction and engagement. Recuperado http://www.business.uwm.edu/gdrive/Singh_R/BUS%20ADM%20738/SHRM%20Research%20Reports/SHRM%202011%20Job_Satisfaction%20&%20Engagement%20report.pdf
- Yilmaz Akgunduz, The influence of self-esteem and role stress on job performance in hotel businesses, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10.1108/IJCHM-09-2013-0421, 27, 6, (1082-1099), (2015).

ANEXO A: ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Indicación: Cuestionario para explorar la autoestima personal entendida como los sentimientos de valía personal y de respeto a sí mismo.

Codificación proceso: 1.1.1.2.1.1.4. Autoestima (CIPE-o).

Administración: La escala consta de 10 ítems, frases de las que cinco están enunciadas de forma positiva y cinco de forma negativa para controlar el efecto de la aquiescencia Autoadministrada.

Interpretación:

De los ítems 1 al 5, las respuestas A a D se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas A a D se puntúan de 1 a 4.

De 30 a 40 puntos: Autoestima elevada. Considerada como autoestima normal.

De 26 a 29 puntos: Autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.

Menos de 25 puntos: Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima.

Propiedades psicométricas La escala ha sido traducida y validada en castellano. La consistencia interna de la escalas se encuentra entre 0,76 y 0,87. La fiabilidad es de 0,80

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Este test tiene por objeto evaluar el sentimiento de satisfacción que la persona tiene de sí misma. Por favor, conteste las siguientes frases con la respuesta que considere más apropiada.

- A. Muy de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

	A	B	C	D
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
5. En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.				
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.				
7. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a.				
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

ANEXO B: CUESTIONARIO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

Este cuestionario tiene un total de 10 preguntas.

En algunas preguntas debe utilizar la siguiente gradación para sus respuestas:

- 1: Muy en desacuerdo
- 2: Algo en desacuerdo
- 3: Algo de acuerdo
- 4: Muy de acuerdo

Por favor conteste de la manera más espontánea y sincera posible.

Importante: no hay respuestas correctas o incorrectas

1. Prefiero cambiar mi rumbo cuando tengo que afrontar una situación que me rebasa

- 1 2 3 4
-

2. Cuando alguien me habla:

- a) Escucho respetuosamente, aunque no entienda de inmediato los hechos
- b) Trato de ir directo al tema y lo aliento

3. En el trabajo, no pongo atención a la susceptibilidad de los compañeros

- 1 2 3 4
-

4. De vez en cuando me siento estresado sin una explicación

- 1 2 3 4
-

5. Cuando tengo que hablar en público :

- a) Me asusto fácilmente
- b) Me motiva a mejorar mis expresiones
- c) No le doy mucha importancia

6. Me consideran una persona muy tolerante

- 1 2 3 4
-

7. Me motiva con mucha facilidad

- 1 2 3 4
-

8. Cuando uno de mis compañeros se encuentra en una situación difícil

- a) Averiguo que le pasa para ofrecerle mi ayuda

- b) Le hago saber que estoy atento si necesita alguien con quién hablar
- c) Lo ignoro y prefiero no involucrarme en sus asuntos

9. No pienso que tengo habilidades superiores

- 1 2 3 4
-

10. Cuando dos compañeros cambian el matiz de la voz en una conversación :

- a) Escojo alejarme
- b) Trato de apaciguar la situación
- c) Hago una broma para apaciguar el ambiente

ANEXO C: DIAGNÓSTICO DE AUTOESTIMA EN EL ENTORNO LABORAL

DIAGNÓSTICO DE AUTOESTIMA							
<p>INSTRUCCIONES: Teniendo en cuenta tu forma de interactuar con los demás, marca con un aspa (X) en función de proximidad de la cuadrícula a uno de los siguientes pares de adjetivos. Aunque en algunas de las parejas de adjetivos puedan surgirte dudas, es imprescindible dar respuesta a todas y con la mayor sinceridad posible, no olvides que la información puede ser de mucha utilidad para ti.</p>							
1	Le gusta dirigir	□ □ □ □	No le gusta dirigir	26	Eficaz	□ □ □ □	No especialmente eficaz
2	Cercano/a a los otros	□ □ □ □	Distante a los otros	27	Se altera	□ □ □ □	Inalterable
3	Directo, tajante	□ □ □ □	Diplomático	28	Perfeccionista	□ □ □ □	Tolerante con el fallo
4	Pasa desapercibido	□ □ □ □	Destaca en grupo	29	Lo tiene muy claro	□ □ □ □	Duda, concede
5	Claro	□ □ □ □	Da rodeos	30	Democrático	□ □ □ □	Intransigente
6	Autoconfiado	□ □ □ □	Indeciso	31	Reflexivo	□ □ □ □	Espontáneo
7	Accesible en todo momento	□ □ □ □	Distante	32	Propone	□ □ □ □	Impone
8	Se acalora, se sube de tono	□ □ □ □	Comedido	33	espetuoso con la autoridad	□ □ □ □	Inconformista
9	Modesto	□ □ □ □	Orgullosa	34	Altruista	□ □ □ □	Interesado
10	Pacificador	□ □ □ □	Firme en sus posturas	35	Elocuente	□ □ □ □	Comedido
11	Le influyen los sentimientos	□ □ □ □	Le influye el cerebro	36	Dominante	□ □ □ □	No trata de imponer
12	Seguro	□ □ □ □	Dubitativo	37	Actúa con la cabeza	□ □ □ □	Actúa con el corazón
13	Poco accesible	□ □ □ □	Está pendiente de la gente	38	Inestable	□ □ □ □	Equilibrado
14	Gesto serio	□ □ □ □	Gesto sonriente	39	Lento	□ □ □ □	Rápido
15	Emprendedor	□ □ □ □	Se lo piensa mucho	40	Cauteloso	□ □ □ □	Agresivo
16	Necesita que le quieran	□ □ □ □	Autosuficiente	41	Busca el consenso	□ □ □ □	Impone sus decisiones
17	Olvida	□ □ □ □	Rencorosa	42	Tolerante	□ □ □ □	Estricto
18	Desconfiado	□ □ □ □	Confiado	43	Firme	□ □ □ □	Cambiante
19	Abierto a nuevas ideas	□ □ □ □	Prefiere lo conocido	44	Sangre caliente	□ □ □ □	Sangre fría
20	Critica	□ □ □ □	Le cuesta criticar, se contiene	45	Detallista con las personas	□ □ □ □	No detallista
21	Relaja	□ □ □ □	Presiona	46	Controlador	□ □ □ □	Deja hacer, se fía
22	Afronta los conflictos	□ □ □ □	Rehuye	47	Conciso	□ □ □ □	Se enrolla
23	Acogedor	□ □ □ □	Distante	48	Respeto las normas	□ □ □ □	Tiene sus propias reglas
24	Implicado con las personas	□ □ □ □	Implicado con el trabajo	49	Sentimental	□ □ □ □	Materialista
25	Accesible, disponible	□ □ □ □	Centrado en lo suyo	50	Jefe	□ □ □ □	Compañero

ANEXO D: FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Formulario de Consentimiento Informado por escrito

Título de la investigación: Felicidad el trabajo y su influencia en la autoestima de los trabajadores

Organizaciones que intervienen en el estudio: Universidad San Francisco de Quito

Investigador Principal: Nathali Alexandra Chiza Cahuasqui

Coinvestigadores: N/A

DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO
Introducción
<p>Usted puede hacer todas las preguntas que necesite para entender claramente su intervención y aclarar sus dudas. Para participar puede tomarse el tiempo que necesite para consultar con su familia y/o amigos si desea participar o no.</p> <p>Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre la incidencia de la felicidad en el trabajo sobre la autoestima porque se encuentra dentro del grupo de jóvenes adultos entre 20 y 35 años.</p>
Propósito del estudio
El objetivo del estudio es identificar la influencia de la felicidad en el trabajo para reafirmar la autoestima del empleado
Descripción de los procedimientos para llevar a cabo el estudio
<ul style="list-style-type: none"> - Se aplicarán dos test de autoestima y uno de inteligencia emocional para identificar las variables que influyen en el comportamiento - Cada test se realiza en 20 minutos, es decir que el estudio toma alrededor de una hora
Riesgos y beneficios
<p>Los riesgos al participar en el estudio son mínimos</p> <p>Usted está en libertad de dejar en blanco, aquellas preguntas que le parezcan incómodas</p> <p>Beneficios individuales: mejora del autoconocimiento</p> <p>Beneficios sociales: mejora el rendimiento laboral</p> <p>Usted podrá obtener el resultado de los test con su respectiva retroalimentación, vía email</p>
Confidencialidad de los datos
<p>Para nosotros es muy importante mantener su privacidad, por lo cual aplicaremos las medidas necesarias para que nadie conozca su identidad ni tenga acceso a sus datos personales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) La información que nos proporcione se identificará con un código junto con su nombre y se guardará en un lugar seguro donde solo los investigadores mencionados al inicio de este documento tendrán acceso. Una vez finalizado el estudio se borrará su nombre y se mantendrán solo los códigos. 2) No se compartirán los videos con ninguna persona, solo con los investigadores. Las filmaciones se guardarán solamente en los computadores de los investigadores hasta el final de la investigación, cuando serán borradas. 3) Se removerá cualquier identificador personal que permita la identificación de usted y sus estudiantes al reportar los datos. 4) Su nombre no será mencionado en los reportes o publicaciones.

5) El Comité de ética de la investigación en seres humanos (CEISH) de la USFQ, podrá tener acceso a sus datos en caso de que surgieran problemas en cuando a la seguridad y confidencialidad de la información o de la ética en el estudio.

Derechos y opciones del participante

Usted puede decidir no participar y si decide no participar solo debe decírselo al investigador principal o a la persona que le explica este documento. Además aunque decida participar puede retirarse del estudio cuando lo desee, sin que ello afecte los beneficios de los que goza en este momento.

Usted no recibirá ningún pago ni tendrá que pagar absolutamente nada por participar en este estudio.

Procedimientos para verificar la comprensión de la información incluida en este documento

- ¿Puede explicarme cómo va a participar en este estudio?
- ¿Qué hace si está participando y decide ya no participar?
- ¿Cuáles son los posibles riesgos para usted si decide participar? ¿Está de acuerdo con estos riesgos?
- ¿Qué recibirá por participar en este estudio?
- ¿Hay alguna palabra que no haya entendido y desearía que se le explique?

Información de contacto

Si usted tiene alguna pregunta sobre el estudio por favor envíe un correo electrónico a nchiza@stud.usfq.edu.ec

Si usted tiene preguntas sobre este formulario puede contactar al Dr. Iván Sisa, Presidente del CEISH-USFQ USFQ, al siguiente correo electrónico: comitebioetica@usfq.edu.ec

Consentimiento informado	
<p>Comprendo mi participación en este estudio. Me han explicado los riesgos y beneficios de participar en un lenguaje claro y sencillo. Todas mis preguntas fueron contestadas. Me permitieron contar con tiempo suficiente para tomar la decisión de participar y me entregaron una copia de este formulario de consentimiento informado. Acepto voluntariamente participar en esta investigación.</p> <p>Al firmar este formulario, usted acepta voluntariamente participar en esta investigación. Usted recibe una copia de este formulario.</p> <p><i>IMPORTANTE: Para cualquier procedimiento específico, como fotografías, grabaciones, toma de muestras, almacenamiento de muestras para uso futuro, renuncia al anonimato, debe incluirse un consentimiento específico. Por ej.:</i></p> <p>Acepto que se grabe mi entrevista SI () NO () N/A ()</p>	
Nombres y apellidos del participante:	Fecha
Firma /huella del participante	CC
Nombres y apellidos del testigo:	Fecha
Firma /huella del testigo	CC
Nombres y apellidos del investigador:	Fecha:
Firma del investigador	CC
Negativa del consentimiento	
Nombres y apellidos del participante:	Fecha
Firma /huella del participante	CC
Nombres y apellidos del testigo:	Fecha
Firma /huella del testigo	CC
Nombres y apellidos del investigador:	Fecha
Firma del investigador	CC
Revocatoria del consentimiento	
Nombres y apellidos del participante:	Fecha
Firma /huella del participante	CC
Nombres y apellidos del participante:	Fecha
Firma /huella del testigo	CC
Nombres y apellidos del investigador	Fecha
Firma del investigador	CC