

José Juan Villanueva Sierra¹ y Sergio Isidro Zúñiga Ramírez²
Universidad La Salle Victoria

INTRODUCCIÓN

En la nueva dinámica laboral actual, resulta más rentable para las organizaciones prevenir los problemas relacionados con la salud y bienestar psicológico, que tener que enfrentar con los gastos de jornadas laborales no trabajadas debido al ausentismo laboral, o tener que realizar intervenciones organizacionales de alto costo económico (Schabracq y Cooper, 2000).

La socialización organizacional se puede utilizar y, de hecho, se ha empleado de distintas maneras y con significados diferentes: socialización para el trabajo, socialización en el trabajo, socialización organizacional, socialización ocupacional o desarrollo de carrera, son algunos ejemplos. El uso de terminologías diversas refleja la variedad de acercamientos conceptuales que es posible identificar en la literatura y nos remiten a distintas fases del proceso (Rodríguez & Zarco, 1995). Específicamente existen dos grandes enfoques que distinguen entre la "socialización para el trabajo" y "la socialización en el trabajo", precisamente este segundo enfoque básicamente tiene lugar tras la incorporación al primer empleo, se centra en la adaptación a un entorno y a una actividad laboral específica mediante el aprendizaje de las habilidades y roles esenciales que caracterizan un desempeño adecuado. Desde la perspectiva de las organizaciones, es necesario remarcar que éstas muestran cada día un mayor interés por favorecer la adaptación de los recién llegados. Tras la inversión realizada en el proceso de reclutamiento y selección, un inadecuado ajuste de los nuevos miembros puede suponer una prematura rotación y

sobre todo, supone una baja calidad en el desempeño del puesto. A fin de contrarrestar los altos costos derivados de estos resultados, las organizaciones destinan cada vez más recursos para optimizar el proceso de entrada, estableciendo tácticas destinadas a facilitar las experiencias de los individuos que se incorporan por primera vez a la organización o que dentro de la misma transitan de un rol a otro (Van Maanen & Schein, 1979; Wanous, 1992). Taormina (1994, 1997) propone que son cuatro los dominios de la socialización, los cuales incluyen diversos contextos y cada dominio opera continuamente con los otros, estos dominios reciben la denominación de entrenamiento, comprensión, apoyo de los compañeros y perspectivas de futuro.

Por su parte, el engagement tiene sus orígenes dentro de la psicología positiva, y surge como un constructo opuesto al Burnout, caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Engagement se refiere a un estado cognitivo-afectivo más persistente en el tiempo, que no está focalizado sobre un objeto o conducta específica, más que a un estado específico y temporal; y es generalmente asociado a la satisfacción en el trabajo, bajo ausentismo, alto compromiso organizacional y alto desempeño (Schaufeli, Salanova, González-Roma & Bakker, 2002). En vista de lo anterior resulta pertinente indagar cuáles son las fuentes del engagement, en este sentido algunos autores (véase por ejemplo a Salanova y Schaufeli, 2004) sostienen que el engagement parece estar positivamente asociado con características del puesto que pueden considerarse como recursos motivadores o vigorizantes del trabajo, de ahí que el objetivo principal de este trabajo sea averiguar la relación entre la socialización con el engagement.

RESULTADOS

Para cumplir con el objetivo de investigación, primero se llevó a cabo un análisis de correlación bivariada entre ambos constructos con sus dimensiones correspondientes (Ver Tabla 1). Si bien en general hubo una correlación positiva entre las dimensiones de los constructos, las dimensiones de la socialización se relacionaron con una mayor intensidad a la dimensión de "dedicación" del engagement (entrenamiento $r = .34, p < .01$; comprensión $r = .43, p < .01$; Apoyo $r = .43, p < .01$; perspectivas de futuro $r = .50, p < .01$).

Tabla 1
Tabla de correlaciones de las dimensiones de las variables

Variables	Entrenamiento	Comprensión	Apoyo	Perspectivas de futuro	Vigor	Dedicación	Absorción
Entrenamiento	-						
Comprensión	.631**	-					
Apoyo	.568**	.566**	-				
Perspectivas de futuro	.583**	.491**	.652**	-			
Vigor	.302**	.377**	.392**	.444**	-		
Dedicación	.339**	.425**	.429**	.498**	.803**	-	
Absorción	.270**	.303**	.332**	.418**	.810**	.790**	-

Enseguida se llevó a cabo un análisis de regresión múltiple estándar para comprobar en qué medidas las dimensiones de la socialización predicen el engagement. En primer lugar, Sobre la evaluación de los modelos presentados, la R para la regresión fue significativamente diferente de cero: $F(4,334) = 26.19$; $F(4,334) = 35.56$ y $F(4,333) = 19.55$ para las variables dependientes de: Vigor (varianza explicada= 24%), Dedicación (varianza explicada= 30%), y Absorción (varianza explicada= 19%) respectivamente. Respecto a la ecuación de regresión donde tratamos de predecir las puntuaciones de las dimensiones del engagement, a partir de los dominios de la socialización, la comprensión, pero particularmente las perspectivas del futuro predicen significativamente ($p < .01$) las tres dimensiones del engagement. (Ver tabla 2)

Tabla 2
Regresión lineal de las variables de socialización que predicen engagement.

Variables	B	Error Tip.	Beta	Sig.
VIGOR				
$F(4,334) = 26.19; p = .00$				
Entrenamiento	-0.104	0.094	-0.076	0.267
Comprensión	0.265	0.083	0.208	0.002
Apoyo	0.136	0.082	0.113	0.009
Perspectivas de futuro	0.337	0.072	0.312	0.000
DEDICACIÓN				
$F(4,334) = 35.56; p = .00$				
Entrenamiento	-0.123	0.097	-0.083	0.206
Comprensión	0.332	0.086	0.241	0.000
Apoyo	0.136	0.085	0.106	0.110
Perspectivas de futuro	0.417	0.075	0.359	0.000
ABSORCIÓN				
$F(4,333) = 19.55; p = .00$				
Entrenamiento	-0.068	0.104	0.046	0.515
Comprensión	0.177	0.092	0.129	0.055
Apoyo	0.081	0.091	0.063	0.372
Perspectivas de futuro	0.391	0.080	0.340	0.000

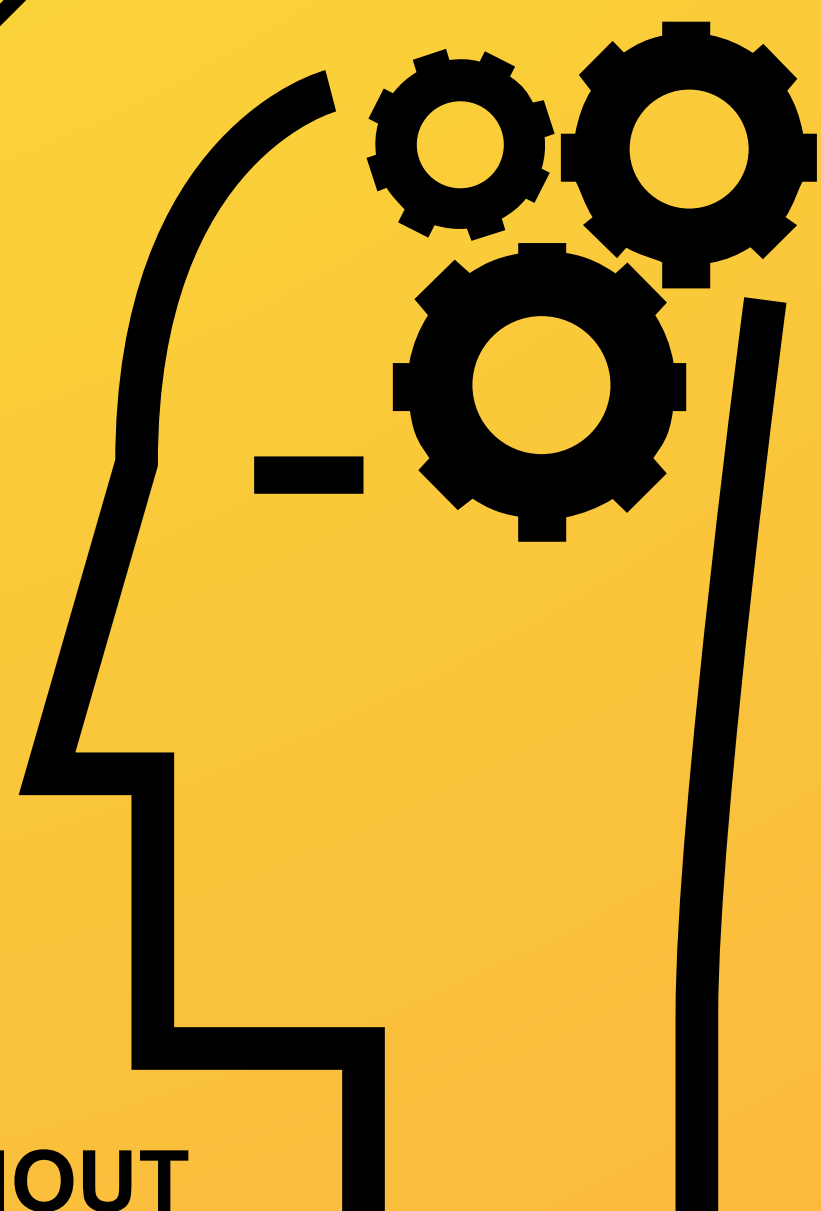
CONCLUSIONES

Se pudo determinar que las perspectivas de futuro y comprensión son las variables clave de la socialización. Normalmente cuando las personas entienden su contexto cultural, laboral, y tienen claro cuáles son las posibilidades de crecimiento dentro de la organización, da como resultado que se propicie el engagement en una organización. A diferencia de otras investigaciones donde el entrenamiento resulta una variable fundamental de la socialización, en nuestro estudio no se aportaron evidencias para apoyar esta relación. Esto se debe a que las organizaciones prefieren contratar personal con experiencia previa, lo que hace que el proceso de entrenamiento se vea delimitado sólo a las organizaciones a las cuales sus procesos son más complejos.

ENGAGEMENT



BURNOUT



MÉTODO

Diseño: Se trata de un diseño no experimental de tipo transversal con un alcance explicativo de tipo correlacional-causal.

Muestra: Se determinó un tamaño de muestra de 397 sujetos repartidos en 3 sectores: educación (11.08%), industria (39.80%) y servicios (49.12%)

Instrumentos:

The Organizational Socialization Inventory (O.S.I.) (Taormina, 1994). Dicha escala fue traducida y adaptada al castellano por los autores y tiene el propósito de medir la socialización organizacional desde el reflejo de una interacción dinámica entre los empleados y la organización. Está compuesta por 20 ítems con cinco alternativas de respuesta tipo Likert desde 1 totalmente falso a 5 totalmente verdadero. La fiabilidad general obtenida es de $\alpha = 0.93$ y la de las dimensiones: Apoyo $\alpha = 0.84$, Comprensión $\alpha = 0.87$, Entrenamiento $\alpha = 0.74$ y Proyección de futuro $\alpha = 0.85$.

Encuesta de bienestar y trabajo (UWES) (Schaufeli & Bakker, 2003). Utilizado para evaluar el engagement, el instrumento se subdivide en 3 subescalas: vigor, dedicación y absorción. Se trata de un formato de autoreporte con una escala respuesta tipo Likert de 6 puntos desde 0 "Nunca" a 6 "Siempre" - "todos los días". La fiabilidad general obtenida es de $\alpha = 0.94$, las fiabilidades para las dimensiones vigor, dedicación y absorción es de: 0.86, 0.87, y 0.80 respectivamente.

Referencias

- Rodríguez, A., & Zarco, V. (1995). El proceso socializador. En A. Blanco (Ed.), *Fundamentos de psicología*. (pp. 177-202). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Salanova, M., & Schaufeli, W.B. (2004). El engagement de los empleados: un reto emergente para la dirección de los recursos humanos. *Estudios Financieros*, 26(1), 109-138.
- Schabracq, M. J., y Cooper, C. L. (2000). The changing nature of work and stress. *Journal of Managerial Psychology*, 15(3), 227-241.
- Schaufeli, W.B. y Bakker, A. B. (2003). *UWES - Utrecht Work Engagement Scale: test manual*. Department of Psychology, Utrecht University, Utrecht

- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Roma, V. & Bakker, A. B. (2002). The measurement of Engagement and burnout: A confirmatory analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Taormina, R. J. (1994). The Organizational Socialization Inventory. *International Journal of Selection and Assessment*, 2, 133-145.
- Taormina, R.J. (1997). Organizational Socialization: a Multidomain, Continuous Process Model. *International Journal of Selection and Assessment*, 5, 29-45.
- Van Maanen, J., y Schein, E. H. (1979). Towards a theory of organizational socialization. *Research in Organizational Behavior*, 1, 209-264.
- Wanous, J. P. (1992). *Organizational entry: Recruitment, selection, orientation and socialization newcomers*. Reading: Addison-Wesley.

Contacto con autores:

1. juan.villanueva@ulsavictoria.edu.mx
2. isidroautomatic@gmail.com

