



**UNIVERSIDAD
INSURGENTES**

Plantel Xola

**LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA CON
INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-25**

**“SÍNDROME DE BOREOUT Y AUTOESTIMA EN
TRABAJADORES DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA Y UNA
EMPRESA PRIVADA”**

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADOS EN PSICOLOGÍA

P R E S E N T A

**BLANCAS MANZANO OSCAR
GOMEZ ROJAS MITZIN MINERVA**

ASESOR: MTRO. CÉSAR ARÁMBULA RÍOS

CIUDAD DE MÉXICO

2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO 1. EL SÍNDROME DE *BOREOUT*..... 1

1.1 DEFINICIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	1
1.3 CAUSAS.....	6
1.4 SÍNTOMAS DEL BOREOUT	7
1.4.1 DESCRIPCIÓN DEL SÍNDROME	8
1.4.2 ELEMENTOS DEL SÍNDROME	9
1.4.2.1 ABURRIMIENTO	10
1.4.2.2 INFRAEXIGENCIA	10
1.4.2.3 DESINTERÉS	11
1.4.3 ESTRATEGIAS DE MANEJO DEL SÍNDROME	11
1.4.4 TIPOLOGÍAS DE TRABAJADORES SEGÚN EL SÍNDROME	13
1.5 DIAGNÓSTICO O EVALUACIÓN DEL SÍNDROME: FACTORES PRECIPITANTES O AGRAVANTES.....	15

CAPÍTULO 2. AUTOESTIMA EN EL TRABAJO 17

2.1 DEFINICIÓN DE AUTOESTIMA	17
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	18
2.3 TIPOS DE AUTOESTIMA	24
2.4 COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA	27
2.5 DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA	30
2.6 LA INFLUENCIA DE OTRAS PERSONAS SIGNIFICATIVAS EN LA AUTOESTIMA.....	33
2.7 LA AUTOESTIMA ORGANIZACIONAL.....	36
2.8 EL PAPEL DE LÍDER PARA AUMENTAR O REDUCIR LA AUTOESTIMA ORGANIZACIONAL	38

CAPÍTULO 3. PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL 42

3.1 DEFINICIÓN	42
3.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	44
3.3 EL ESTUDIO DE LAS CONDICIONES DEL TRABAJO	48
3.4 CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL	48
3.5 ROL DEL PSICÓLOGO ORGANIZACIONAL	50
3.6 TECNOLOGÍA EN EL MUNDO DE LA ORGANIZACIÓN	54
3.7 CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN PÚBLICA Y EMPRESA PRIVADA.....	57

<u>CAPÍTULO 4. INVESTIGACIONES RELACIONADAS</u>	<u>59</u>
4.1 CABRERA NORIEGA	59
4.2 AZABACHE ALVARADO.....	61
4.3 BARRIOS CARRILLO Y VELASCO SUÁREZ.....	63
<u>CAPÍTULO 5. MÉTODO</u>	<u>66</u>
5.1 JUSTIFICACIÓN.....	66
5.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	66
5.3 OBJETIVOS	67
5.4 HIPÓTESIS	67
5.5 VARIABLES Y DEFINICIONES	68
5.6 MUESTRA	71
5.7 MUESTREO	72
5.8 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	72
5.9 TIPO DE ESTUDIO	72
5.10 MATERIALES Y/O INSTRUMENTOS.....	72
5.11 ESCENARIO.....	76
5.12 PROCEDIMIENTO.....	76
<u>CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS</u>	<u>77</u>
<u>CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN</u>	<u>86</u>
<u>CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES.....</u>	<u>91</u>
<u>REFERENCIAS</u>	<u>94</u>
<u>ANEXOS</u>	<u>98</u>

Agradecimientos

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión del Mtro. César Arámbula Ríos, a quien me gustaría externar mi agradecimiento, por haber hecho posible la realización de este estudio. Además, de agradecer su dedicación para que esto saliera de manera exitosa. Gracias por su apoyo, por ser parte fundamental de mi tesis.

A mis padres, por darme la vida y apoyarme en todo lo que me he propuesto.

A mi padre, por enseñarme a seguir aprendiendo todos los días sin importar las circunstancias y tiempo.

A mi madre, gracias por permitirme disfrutar cada momento de mi vida, por tu ayuda, apoyo, alegría, el estar conmigo en mi mente y corazón, por siempre creer en mí y guiarme por el camino que he trazado en mi vida, tú eres parte de este sueño, que hoy se hace realidad, esta tesis es para ti.

A mi hermana y sobrinas, ustedes son uno de mis motores que me impulsan a ser mejor cada día espero siempre se sientan orgullosas de mi.

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes el más importante este. Me formaron con reglas y algunas libertades, pero al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Gracias Papis.

La ley de atracción conspira a mi favor, me da todo lo que deseo y se que de tras de eso hay un Dios en el cual confío y él en mi.

Gracias también a las personas que me guiaron, a los profesores por su gran compromiso y profesionalismo.

! Gracias a ti por ir conmigo, por acompañarme desde hace ya algunos años !

Gracias a los que creen en mi, alimentan mi alma.

Resumen

El objetivo del presente trabajo fue medir el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en trabajadores de una institución pública y una empresa privada. El estudio se realizó con 120 colaboradores, de los cuales 60 fueron de institución pública y 60 de empresa privada. Se utilizó la Escala de *Boreout* de Barrios Carrillo y Velasco Suárez (2016) y el Inventario de Autoestima de Coopersmith para Adultos que fue adaptado por Lara Cantú, Verduzco, Acevedo y Cortés (1993). Se realizaron dos tipos de análisis, correlacional y comparativo, para determinar si existía relación entre las variables *Boreout* y Autoestima, y si había diferencias entre los puntajes de las muestras gubernamental y privada. Al realizar el análisis correlacional de la *r* de Pearson, se encontraron correlaciones entre las variables de *Boreout* y Autoestima, en la muestra de trabajadores de la institución pública ($r = -.454$, $p = .000$) y en la muestra de trabajadores de la empresa privada ($r = -.412$, $p = .001$), mientras que para el análisis comparativo se utilizó la *t* de Student, en el cual se encontró que en relación al *Boreout* si existen diferencias entre los empleados de ambas muestras ($p = .010$). Por otra parte, se encontró que no hubo diferencias entre la Autoestima de ambos grupos ($p = .280$). Para las muestras independientes por factor se encontró mayor puntaje de Sobrecarga de Trabajo Imaginaria en la empresa privada. Y referente a la Subescala Familiar corresponde a la institución pública.

Palabras clave: Síndrome de *Boreout*, Autoestima, Aburrimiento, Desinterés, Infraexigencia.

Introducción

Según Artazcoz (2002), actualmente la Salud Ocupacional tiene un papel importante a nivel mundial, tomando considerable interés en las enfermedades laborales, considerándose que, aunque en los diferentes contextos de trabajo todavía persisten los riesgos laborales clásicos, cada vez es mayor la presencia de los factores de riesgo psicosocial derivados de las nuevas formas de organización en el trabajo.

Para Pulido (2003, citado en Reyes de Rojas et al, 2009) la salud es entendida como el “adecuado estado de bienestar físico, mental y social, no como la ausencia de enfermedad” se relaciona mucho con los climas organizacionales, ya que estos pueden generar en los integrantes de la organización, frustraciones en las expectativas, descontentos y relaciones personales insatisfactorias, pudiendo alterar su regulación individual y desequilibrar su buen estado de salud o propiciar situaciones que interfieren en el bienestar del trabajador.

Derivado a la situación actual de la crisis económica en la CDMX y América Latina, las jornadas laborales y los empleos suelen provocar estrés y no siempre está relacionado a la carga de trabajo; sino a que realizan labores desmotivantes y monótonas, otro factor relevante es que no son aptos para el perfil del puesto. A causa de esto han surgido una variedad de Síndromes que afectan al trabajador de manera psicosocial, como el Síndrome de *Boreout*, Mobbing, Burnout, los cuales repercuten en la rentabilidad y productividad de la empresa (Molina, 2010).

Los trabajadores que sufren el Síndrome de *Boreout* se sienten infravalorados, están estresados buscando estrategias para ocultar su propia

insatisfacción llegando a perjudicar también su vida personal. Tiene pocos años de haber sido descubierto, por lo que hay poca investigación científica al respecto. Como suele suceder en general para los riesgos psicosociales, el origen del problema está en los contextos ambientales y laborales en las que los trabajadores se desarrollan. Los aspectos organizacionales, tales como las condiciones de trabajo, las relaciones interpersonales o el estilo de mando de la organización tienen una gran importancia en los riesgos para la salud de los trabajadores (Dejours, 2009).

Hay pocos estudios relacionados al Síndrome de *Boreout* ya que es un concepto relativamente nuevo en América Latina y la CDMX.

El Síndrome *de Boreout* fue descrito por primera vez en marzo del 2007, en un libro publicado por los suizos Philippe Rothlin y Peter Werder titulado “El nuevo Síndrome laboral: *Boreout*”, quienes sostienen que consiste en tres elementos: aburrimiento, desinterés e infraexigencia. Estos tres componentes están siempre interactuando entre sí, prácticamente en cadena. Aquel que se encuentra Infraexigido empieza a aburrirle el trabajo, y quien se aburre más tarde empezará a perder interés por lo que hace. Por esta razón resulta difícil separar claramente estos componentes al momento de establecer criterios para su medición inequívoca (Rothlin & Werder, 2011).

La presente tesis está conformada por ocho capítulos:

En el capítulo uno, se abordó el tema del Síndrome de *Boreout*, el concepto teórico, la historia, sus principales elementos, las estrategias, las tipologías con las que se presenta y sus diferentes etapas desde no padecer, hasta presentar una alta intensidad del mismo.

En el capítulo dos, se abordó el tema de la Autoestima, el concepto teórico, la historia, sus principales tipos (baja, alta e inflada), sus componentes, las etapas del desarrollo, la autoestima dentro de la organización y el papel que juega el líder dentro de la misma.

En el capítulo tres, se abordaron los elementos que constituyen el clima organizacional, las condiciones del trabajo actual, el impacto de la salud ocupacional, el rol del psicólogo, la evaluación del desempeño, la ergonomía y la tecnología que hoy en día es un factor importante dentro de las organizaciones.

En el capítulo cuatro, se presentan las investigaciones de los artículos y tesis que han abordado la temática del Síndrome de *Boreout* en América Latina (Venezuela, Perú y la Ciudad de México). Sin embargo, hay pocos estudios en México, ya que es un concepto relativamente nuevo.

En el capítulo cinco, se abordó el método utilizado durante la investigación, la justificación, el planteamiento del problema, el objetivo general y específico, la variable conceptual y operacional, las hipótesis, el tipo de diseño, los datos sociodemográficos e instrumentos utilizados durante la investigación.

En el capítulo seis, se presenta el análisis de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de *Boreout* y Autoestima y la descripción de los datos muestrales.

Finalmente, en el capítulo siete y ocho se establece la discusión y conclusión a las que se llegó al terminar esta investigación.

Capítulo 1. El Síndrome de *Boreout*

1.1 Definición

El concepto *Boreout* está compuesto por dos palabras inglesas, *bore*, aburrido y *out*, fuera. La combinación de ambas palabras da como resultado, el “encontrarse fuera del aburrimiento”. Esto no significa que el trabajador vaya a acabar con su aburrimiento y vuelva a aparecer en su vida laboral el cambio y la emoción. Al contrario: en este caso el aburrimiento se hace hasta tal punto insoportable que adopta para el afectado nuevas y mayores dimensiones (Rothlin & Werder, 2011).

Para Cabrera (2014), el *Boreout* es un nuevo Síndrome Laboral relacionado con el aburrimiento, el desinterés y la infraexigencia, el cual genera trastornos a la población trabajadora, entre ellos depresión y baja autoestima, así como pérdidas considerables a las empresas. El portador de este Síndrome siente malestar consigo mismo al comprobar que su esfuerzo no sirve de mucho a nivel laboral, económico o de reconocimiento personal, se siente frustrado por lo rutinario y sin sentido de sus tareas, además reconoce que es insuficiente la información científica sobre el tema.

1.2 Antecedentes históricos

La historia del trabajo servirá para aportar información sobre el surgimiento del *Boreout*.

La condición para que este fenómeno haya podido desarrollarse desde hace ya varias décadas se produjo a finales del siglo XVIII y principios del XIX con la

Industrialización, porque con ella el trabajo se convirtió en una mercancía, el trabajador, pues no trabajaba de forma primaria para sí mismo, sino para otro. Este otro le pagaba un salario, para que, pudiera comprarse lo que antes fabricaba él mismo. Así, el trabajo se convirtió en trabajo remunerado.

El filósofo y teórico Karl Marx mencionó a mediados del siglo XIX el trabajo alienado: el obrero es sólo un objeto que aislado no tiene utilidad, en la ocupación, “La actividad personal del hombre es un gasto de las fuerzas que está dotado su cuerpo” porque no puede tener una visión general del proceso de producción ni está implicado en modo alguno en el producto (Sossa Rojas, 2010).

El trabajador, según Marx, no tiene ningún derecho en la participación del producto ni el derecho a intervenir en las decisiones o un interés amplio en el conjunto de la empresa. La esencia de la persona alienada consiste en no ser capaz de hacerlo, porque el trabajo que realiza es una especie de explotación. A consecuencia de ello se torna apática. Sus capacidades humanas se vuelven extrañas para ella. La alienación es un resultado de la industrialización y de que conlleva consecuencias negativas para el interés en el trabajo. La alienación constituye un elemento significativo cuando se contempla más de cerca el surgimiento del *Boreout* (Le Roy, 1972).

Rothlin & Werder (2011) mencionan que el trabajo asalariado y la subsiguiente división del trabajo han conducido a la especialización. Y de ahí han surgido tres problemas conectados entre sí, demasiados modelos de profesión, no hay posibilidad de cambio y una gran distancia con respecto al producto los cuales se describen a continuación:

- Demasiados modelos de profesión: Derivado de la globalización surgen casi diariamente, nuevos modelos de negocio. La división del trabajo es cada vez más marcada, y la economía cada vez es más compleja con profesiones antes desconocidas. Por otra parte, en el campo de actividad cada puesto de trabajo se hace cada vez más cerrado; uno debe especializarse. Debido a esta extrema división del trabajo, el individuo corre el peligro de no hacer exactamente, lo que realmente le interesa, aumentando considerablemente a la división del trabajo y a la especialización.
- No hay posibilidad de cambio: La especialización hace que cada vez sea más difícil poder elegir entre diferentes modelos de profesión, ya que cierra el camino a otras actividades que tal vez fueran más interesantes. Es importante hacer desde el principio lo correcto y no equivocarse en la elección de la profesión.
- Una gran distancia con respecto al producto: Significa concretamente que en muchos casos para el trabajador ya no existe una relación cercana entre rendimiento y producto final. La nula cercanía con el producto genera para el trabajador un absoluto desinterés en el trabajo.

El Síndrome *de Boreout* fue descrito por primera vez en marzo del 2007, en un libro publicado por los suizos Philippe Rothlin y Peter Werder titulado “El nuevo Síndrome laboral: *Boreout*”, quienes sostienen que consiste en tres elementos: Aburrimiento, Desinterés e Infraexigencia, que se entrelazan sensiblemente de manera interdependiente.

Estos tres componentes están siempre interactuando entre sí, prácticamente en cadena. Aquel que se encuentra infraexigido empieza a aburrirle el trabajo, y quien se aburre más tarde empezará a perder interés por lo que hace. Por esta razón resulta difícil separar claramente estos componentes al momento de establecer criterios para su medición inequívoca.

Derivado a la situación actual de la crisis económica en la CDMX y América Latina, las jornadas laborales y los empleos suelen provocar estrés y no siempre esta relacionado a la carga de trabajo; sino a que realizan labores desmotivantes y monótonas otro factor relevante es que no son aptos para el perfil del puesto. A causa de esto han surgido una variedad de Síndromes que afectan al trabajador de manera psicosocial, como el Síndrome de *Boreout*, *Mobbing*, *Burnout*, los cuales repercuten en la rentabilidad y productividad de la empresa (Molina, 2010).

Los trabajadores que sufren este Síndrome se sienten infravalorados, están estresados buscando estrategias para ocultar su propia insatisfacción llegando a perjudicar también su vida personal. Es un Síndrome que tiene pocos años de haber sido descubierto, por lo que hay poca investigación científica al respecto. Como suele suceder en general para los riesgos psicosociales, el origen del problema está en los contextos ambientales y laborales en las que los trabajadores se desarrollan. Los aspectos organizacionales, tales como las condiciones de trabajo, las relaciones interpersonales o el estilo de mando de la organización tienen una gran importancia en los riesgos para la salud de los trabajadores (Dejours, 2009).

Las personas que trabajan para una empresa que no es de su propiedad son más propensas a desarrollar *Boreout*, sin importar la jerarquía que tengan. Quienes están más involucrados con los objetivos de la compañía y mantienen sus

posibilidades de crecimiento dentro de ella, son menos propensos a desarrollar este Síndrome. Lo mismo ocurre con los profesionales que son autónomos, sería raro ver a un cirujano padecer de *Boreout* (Rothlin & Werder, 2011).

Muestra de lo anterior se puede extraer de la afirmación que empresas como Salary.com y AOL han determinado que el fenómeno del *Boreout* le cuesta a los Estados Unidos de Norteamérica más de setecientos cincuenta mil millones de dólares, lo que representa más de cinco mil dólares por trabajador al año. Y según un estudio de Gallup, la estimación de las pérdidas para la economía alemana supera los doscientos cincuenta mil millones de euros. Esto se encuentra íntimamente ligado a otra investigación de Gallup Organization, la cual indica que en Alemania el 87% de los trabajadores se sienten poco o nada ligados a su empresa, mientras que otro estudio realizado por Dan Malachowski para Salary.com y AOL, practicando una encuesta a más de cien mil trabajadores sobre el tema del tiempo “desaprovechado” en el puesto de trabajo, arrojó como resultado que 33,2% de este grupo declaró que no estaba lo bastante ocupado en su trabajo, que se sentía, *Infraexigido* (Cabrera, 2014).

Tanto el Síndrome *de Boreout* como el aburrimiento crónico son frecuentes en personas a las que, por algún motivo, se les agota la novedad, el desafío y la emoción.

Si bien este no es un problema fatal, en términos psicológicos habla de un estado emocional de insatisfacción dentro de una existencia que se percibe como vacía y sin sentido. Porque con la llegada del aburrimiento la persona manifiesta la impresión de que el gusto y las experiencias gratificantes propias de la vida han quedado detenidas.

El trabajador mantiene la aspiración de recuperar ese gusto y la capacidad de experimentar sensaciones agradables, la persona aburrida no está dispuesta a iniciar actividad alguna que pueda acabar con el estado, ya sea porque está disminuida su capacidad de actuación o porque cree que nada a su alcance puede cambiar la situación (Labath, 2015).

1.3 Causas

Según Rothlin & Werder (2011), el *Boreout* no surge de un momento a otro y cualquier trabajador puede padecerlo, aunque algunos están más propensos que otros. Lo más habitual es que los tres elementos desarrollen su efecto de una forma regular y a lo largo de un periodo de tiempo prolongado antes de que surja con toda su intensidad. A continuación, se mencionarán las 4 causas por las cuales se desarrolla el *Boreout*: elección profesional equivocada, lugar equivocado, de nuevo las estrategias y mejores alternativas al trabajo.

- La elección profesional equivocada

El *Boreout* puede surgir porque el trabajador eligió la carrera profesional equivocada, tuvo algún tipo de influencia de los padres, vio la posibilidad de una carrera prometedora con un buen sueldo o porque no se desarrolla profesionalmente en un buen lugar de trabajo.

- El lugar equivocado

El superior realiza por sí mismo todo el trabajo interesante y solo delega las tareas aburridas, de esta manera desaprovecha el potencial del empleado, las posibilidades de ascenso dentro de la empresa son limitadas, realizar las mismas tareas a diario no le resulta satisfactorio al trabajador por ende bloquea su desarrollo

profesional otras ocasiones se debe a que la empresa realiza una errónea descripción del puesto de esta manera termina influyendo en la conducta de la persona por más motivada que este en llevar a cabo sus funciones.

- De nuevo las estrategias

El trabajador afectado no habla con su jefe de la situación insatisfactoria en que se encuentra, ya que comienza motivado le ofrece su apoyo a diario, el jefe siempre lo rechaza ya que no quiere perder el tiempo explicando cómo funciona todo a su empleado. Solo le delega los trabajos aburridos cuantitativa y cualitativamente está Infraexigido.

- Mejores alternativas al trabajo

Las estrategias le ayudan a ocultar que no trabaja y que no dedica tiempo a toda clase de actividades dentro de la jornada laboral. Por ejemplo, internet con su amplio mundo de información y distracción. En la red pueden leerse periódicos, buscar destinos para viajar, leer libros, jugar gran variedad de juegos, ver películas, finalmente no se debe hacer de lado el teléfono celular, que da al trabajador la oportunidad de llamar o escribir mensajes de texto.

1.4 Síntomas del Boreout

Los trabajadores que presentan *Boreout* suelen sentirse desorientados, aburridos, desinteresados, infraexigidos; lo que a la larga resulta pesado y fastidioso llegando al punto de insatisfacción y frustración.

Para Rothlin & Werder (2011), los síntomas que sienten el trabajador son los siguientes:

- Cansancio

Se muestra apático, sin fuerzas. Se siente cansado y carente de energía, la pereza no forma parte del *Boreout* es más bien una consecuencia de este.

- Excitabilidad

Se siente irritado, porque se lleva a casa la sensación de insatisfacción que ha tenido en el trabajo. Está de mal humor y reacciona exageradamente ante cualquier incidente sin importancia.

- Apatía

No tiene ganas de hacer nada, aunque durante todo el día tampoco haya hecho gran cosa. Ahora tendría tiempo para dedicarse a alguna afición interesante, y efectivamente al principio esto le hace olvidar la frustración acumulada durante el día.

- Introversión

No es una persona comunicativa, se encierra cada vez más en su propio mundo interior. Es prisionero de su insatisfacción y de sus experiencias negativas del día.

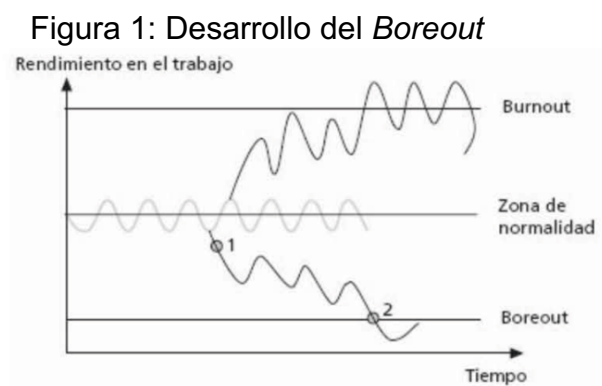
1.4.1 Descripción del Síndrome

Cuando el *Boreout* se presenta de forma moderada, sus elementos pueden tener también consecuencias positivas. Por ejemplo, períodos cortos de infraexigencia, aburrimiento y desinterés pueden crear un espacio para la creatividad o para socializar dentro de la empresa.

Mientras tanto Labath (2015), afirma que un poco de aburrimiento en el trabajo es saludable. Permite que las personas desarrollen su creatividad, socialicen

con sus compañeros y piensen acerca de qué tipo de trabajo les gustaría desarrollar.

Rothlin & Werder (2011), refieren que el asunto se convierte en problemático cuando los elementos individuales acompañan de forma exagerada o recurrente al empleado en su puesto de trabajo. Entonces el *Boreout* se presenta y el trabajador se da cuenta de que algo no está funcionando. Se muestra lo antes mencionado por medio de la (Figura 1).



Fuente: (Rothlin & Werder, 2011)

La zona de normalidad muestra a un trabajador que está contento con su trabajo. A partir del punto 1, el trabajador se da cuenta de que algo no funciona a menudo no tiene demasiado que hacer, y los momentos de aburrimiento se multiplican. Ya en el punto 2 el trabajador ha llegado a un sitio en que se encuentra atrapado por completo e insatisfecho en el trabajo sin saber cómo salir de dicha situación.

1.4.2 Elementos del Síndrome

En relación a los elementos del Síndrome de Boreout, Rothlin & Werder (2011), describen los siguientes:

1.4.2.1 Aburrimiento

Es una sensación de falta de estímulos, el trabajador no siente ningún impulso interno que lo mueva a hacer algo es totalmente anónimo, en el que no hay nada concreto que despierte esa sensación. El aburrimiento en el puesto de trabajo también describe un estado en el que uno no sabe qué debe hacer porque no hay nada que hacer. El trabajo ya ha sido ejecutado por uno mismo o por otro empleado.

El trabajador no puede irse a casa, está prisionero durante el tiempo mínimo de su jornada laboral y conforme al contrato que firmó debe estar en el trabajo, aunque no tenga nada que hacer.

1.4.2.2 Infraexigencia

Un trabajador está Infraexigido cuando tiene la sensación de que en realidad podría rendir más en el trabajo de lo que efectivamente rinde. La infraexigencia está constituida por dos elementos, uno cuantitativo y otro cualitativo.

- El elemento cuantitativo afecta en cuánto a trabajo. En este caso el trabajador tiene poco que hacer, apenas si hay trabajo o el trabajo existente se distribuye siempre entre los mismos empleados, dentro de un círculo al que él no pertenece o del que forma parte tan solo de modo secundario. De hecho, cabría esperar que algo así no existiera en un mundo laboral dominado por el estrés y la presión; pero la encuesta estadounidense antes citada de Salary.com y AOL atestigua que el trabajador medio desaprovecha más de dos horas diarias navegando por internet o charlando. Los encuestados proporcionaron

la explicación de por qué disponían de tanto tiempo libre en la oficina: un tercio de ellos reconoció que el motivo era la falta de trabajo.

- El elemento cualitativo afecta al contenido del trabajo. Para un trabajador infraexigido lo que debe ejecutar es demasiado sencillo, o no se le concede una responsabilidad real para estructurar o cambiar algo en su tarea. Sin embargo, sus conocimientos y sus capacidades le permitirían rendir más en la empresa. Tiene que asumir las tareas menos exigentes, trabajos rutinarios, siempre iguales; mientras las actividades realmente estimulantes y cargadas de responsabilidad aterrizan en las mesas de otros empleados, o a menudo también en la del propio jefe.

1.4.2.3 Desinterés

Es un sentimiento de indiferencia hacia el trabajo y la empresa. Lo que el trabajador hace durante todo el día es irrelevante para él, no tiene ningún significado. Sus tareas, los productos o el ramo en que trabaja, no le interesan, y no le parecen importantes. No encuentra sentido alguno a su actividad y es consciente de lo poco que le importan las tareas que debe ejecutar.

1.4.3 Estrategias de manejo del Síndrome

La problemática de presentar *Boreout* es que el trabajador no puede mostrar abiertamente su insatisfacción, el fastidio que presenta y la falta de motivación, ya que no quiere perder su trabajo, por lo cual recurre a utilizar otro elemento que forma parte importante del *Boreout* llamadas estrategias, éstas le ayudaran a dar la impresión de que siempre está ocupado y trabajando.

Las principales estrategias que realiza el trabajador, según Rothlin & Werder (2011), son:

- Estrategia de los documentos: El trabajador está planeando actividades fuera de la jornada laboral. Su objetivo es parecer exhausto por el trabajo, tiene a la mano papeles o una presentación abierta en la ventana de la computadora para de esta manera dar la impresión de su carga de trabajo.
- Estrategia de la pseudoentrega: El trabajador simula su identificación con la empresa, alargando inútilmente el tiempo de presencia en el puesto de trabajo es el primero en llegar y el último en retirarse de la oficina, despertando así la sensación de que tiene mucho trabajo por hacer.
- Estrategia de la compresión: El objetivo de esta estrategia es trabajar de modo eficiente, para realizar la tarea lo más pronto posible, no se le comunica al jefe que el trabajo está finalizado antes de tiempo y se retrasa la fecha límite de entrega, de esta manera se tiene más tiempo libre y se dedica a sus asuntos privados.
- Estrategia del laminamiento: El trabajo se aplaza en un período de tiempo más largo del que en realidad se necesita para realizarlo, esto consiste en mover documentos de un lado a otro e ir agregando contenido cada cierto tiempo, con esta estrategia se da la sensación de estar agobiado de trabajo y de no tener tiempo para ninguna otra tarea adicional.
- Obstaculización estratégica: Se trata de evitar que algún compañero o jefe pueda tomar medidas que hagan que el trabajador se vea forzado a terminar inmediatamente, esto para evitar informarles del status del trabajo además lo obligarían a terminar antes. El objetivo es no ejecutar el trabajo; pero con

esta estrategia se manipula el momento en que este debe estar completo, se provocan eventuales aplazamientos en el proceso de trabajo y se trasladan los retrasos a otros.

- Estrategia del maletín y el Home office link (HOL): Informa que su trabajo es tan importante que sigue trabajando incluso en su tiempo libre llevándose el trabajo a casa, con esto expresa que solo la gente importante tiene que seguir trabajando incluso después del horario laboral, muestra su interés, disposición y compromiso con la empresa.
- Estrategia seudoburnout: El trabajador se queja abierta y continuamente que tiene una Sobrecarga de Trabajo excesiva y de la cantidad que tiene asignada, por lo cual no podría ocuparse de una tarea más, menciona que de ser así colapsaría, desencadenando una reacción compasiva hacia él.
- Estrategia del ruido: El trabajador se inmoviliza constantemente, se queda mirando fijamente el monitor durante algunos minutos sin mover un solo dedo, al notarlo tiene que actuar rápidamente para que nadie se percate del suceso haciendo ruido excesivo en alguna actividad, para hacer creer que está realizando su trabajo.

1.4.4 Tipologías de trabajadores según el Síndrome

A continuación, se presentarán las cinco tipologías que muestran de manera usual los primeros signos que genera el *Boreout*, este tipo de valoración ayudará al reconocimiento de los primeros signos, causas, síntomas y características individuales de las personas afectadas para poder combatirlo de una forma temprana. Permitiendo no solo detectar a las personas afectadas, sino también

clasificar a quienes lo padecen. Entre ellos se encuentran también trabajadores que se han salvado del *Boreout* (Rothlin & Werder, 2011).

- El samaritano: Experimenta de forma inmediata el gusto por su trabajo y le divierte, ayuda en todo lo que puede, posee una vida personal equilibrada y su trabajo se integra en ella sin problema. No siente el trabajo como estrés, y le sobra tiempo para ocuparse de su familia y amistades. Financieramente puede arreglárselas bastante bien, pero de hecho es el propio trabajo el que le motiva. Es autocrítico y se siente satisfecho con su ocupación. No padece de *Boreout*.
- El aprendiz: Se encuentra en el inicio de una carrera profesional que puede desarrollarse en muchas direcciones distintas. Una ligera sombra se desliza ya sobre su vida cotidiana. No todo le resulta fascinante, no todo le aporta cosas. Está motivado, pero de vez en cuando, aparecen ciertos signos de aburrimiento o infraexigencia los cuales acepta, porque los toma como efectos secundarios que aparecen en el camino para así lograr su objetivo. Sufre un ligero *Boreout*.
- El pasajero del Titanic: Domina las estrategias para quitarse trabajo de encima, aun no llega a reconocer que el tiempo libre ganado en las estrategias no solo presenta ventajas. A menudo trabaja en proyectos aburridos, mira las noticias de la empresa con cierto desinterés y en realidad podría contribuir mucho más al éxito de su departamento; pero no lo hace, en lugar de eso se dedica a disimular hábilmente su falta de salida. Tiene el *Boreout* medio.

- El camaleón: Su característica principal es adaptarse al entorno laboral no hay situación en su puesto de trabajo a la que no pueda ajustarse o pasar el trabajo a otros. Controla la percepción que el ambiente tiene de él, y en especial la de su jefe. Está Infraexigido, Aburrido y Desinteresado; por ello durante el día se ocupa de asuntos privados y necesita demasiado tiempo para todo. Nadie se da cuenta de eso, porque las estrategias funcionan a la perfección. Padece *Boreout* intenso.
- El gusano: Es el miedo de cualquier empresa. Es el ejemplo por excelencia del trabajador que realmente no hace nada. No contribuye al buen funcionamiento de la empresa, sino al contrario. Si está de vacaciones de igual manera nadie nota su ausencia porque no es indispensable para ningún tipo de operación. No es posible alcanzar un grado superior de *Boreout*.

1.5 Diagnóstico o evaluación del Síndrome: Factores precipitantes o agravantes

Según Frithjof Bergmann (2004), la mayoría de las personas no hacen lo que realmente les interesa. Esto puede ayudar a reconocer el sentido en una actividad. La comunicación activa puede ayudarle a situar mejor sus tareas en el contexto de la empresa, y al mismo tiempo muestra que su empresa le interesa y que está preparado para asumir ocupaciones que supongan un reto y tengan un mayor nivel de exigencia.

Para reconocer el sentido en el trabajo tiene que tener relación con la actitud personal respecto al trabajo. Porque es posible que pueda hacer algo más para sentirse bien en su puesto de trabajo y descubrir el sentido en su actividad diaria.

Una cultura de trabajo rígida, aburrida y seria puede estropearlo todo. El dinamismo y la franqueza forzados se detectan al cabo de solo unas semanas y entonces producen aversión. Así, la alegría y el interés por el trabajo desaparecerán, y habrá llegado el momento de cambiar de rumbo.

En este capítulo se abordó de manera profunda cada elemento teórico que contribuye al *Boreout*; haciendo un recorrido desde la historia de este nuevo Síndrome laboral, sus principales elementos, las estrategias y sus tipologías que se presentan. Cabe mencionar que dicho Síndrome presenta diferentes etapas desde no padecer, hasta presentar una alta intensidad de *Boreout*. En el siguiente capítulo se abordará la temática de la autoestima en el trabajo.

Capítulo 2. Autoestima en el trabajo

2.1 Definición de autoestima

Abraham Maslow (1943, citado por Valencia 2007) menciona que la autoestima se refiere a la confianza en sí mismo que todos tenemos, el deseo de ser aceptados y valorados por los demás. Satisfacer esta exigencia de autoestima hace que las personas se vuelvan más seguras de sí mismas. El no poder tener reconocimiento por los propios logros, puede llevar a sentirse inferior o frustrado.

Coopersmith (1967, citado por González-Arratia, 2001) refiere que la autoestima es la evaluación que el individuo hace y mantiene por costumbre sobre sí mismo, expresa una actitud de aprobación e indica el grado en que el individuo se cree capaz, importante, exitoso y valioso, mientras tanto que Carl Rogers (1967, citado por Victoria, 2013) es un conjunto organizado y cambiante de percepciones que se refieren al sujeto como datos de identidad, señala que es lo que él reconoce de sí mismo como características, atributos, capacidades, límites, valores, cualidades y defectos.

López y Schnitzler (1983, citado por Miranda, 2005) definen la autoestima como el valor que la persona otorga a las percepciones que tiene de sí mismo. De esta forma, la autoestima estaría referida al aspecto emocional sobre las percepciones de sí. En esta definición, aparece como esencial la emoción, ya que está tiene consecuencias fundamentales en la construcción del sujeto.

Para Nathaniel Branden (1994) la autoestima es la confianza en nuestra capacidad de pensar, de enfrentarnos a los desafíos básicos de la vida, es nuestro

derecho a triunfar y a ser felices, el sentimiento de ser respetables, de ser dignos, y de tener derecho a afirmar nuestras necesidades y carencias, a alcanzar nuestros principios morales y a gozar del fruto de nuestros esfuerzos. Desde el punto de vista de Yagosesky (1998, citado por Acosta, 2004) la autoestima es el resultado del proceso de valoración profunda, externa y personal que cada quien tiene de sí mismo en todo momento esté o no consciente de ello. Es observable, se relaciona con nuestros sentidos de valía, capacidad, merecimiento y es a la vez causa de todos nuestros comportamientos.

Entretanto, para González-Arratia (2001), la autoestima es una estructura cognitiva de experiencia evaluativa real e ideal que el individuo hace de sí mismo, condicionada socialmente en su formación y expresión, lo cual implica una evaluación interna en cuanto al valor que le atribuimos a nuestro yo y externa en cuanto al interés que creemos que otros nos dan. Bosson (2006) cree también que puede verse como la actitud global hacia uno mismo, con componentes cognitivos, emocionales y conductuales.

Cerviño (2008, citado por Sebastián, 2012) señala la importancia de la autoestima como un fenómeno evolutivo que dispone de dos fuentes, una fuente interna o los propios logros del niño, y una fuente externa que implica la afirmación de los otros.

2.2 Antecedentes históricos

El padre de la psicología norteamericana, William James, en su libro *Principles of Psychology* publicado en 1890, hizo el primer intento de definir la autoestima, donde la describe como el resultado de la proporción entre el éxito

alcanzado y las pretensiones. Hasta el momento, se han producido importantes cambios en este concepto y esta cobró fuerza en la década de los ochenta. No sólo empezaron a publicar cada vez más libros que hacían referencia a dicha palabra y se extendía en el tema, sino que también comenzaron a aparecer estudios científicos, sin embargo, hoy en día no se tiene una definición única en cuanto a lo que significa el término, diversos autores la plantean de manera diferente González (1999).

Por otra parte, James (1890), comprende el yo como todos los atributos que el individuo adquiere como parte de él, el cuerpo, las habilidades y la reputación; e incluso los propios hijos, el hogar y las posesiones. Si cualquiera de esos componentes se ve disminuido o aumentado, la persona responde ya que sea definido esa parte como el yo. Por lo tanto, cada persona realiza lo que James llamó auto-sentimiento o amor propio hacia los éxitos y fracasos de lo que ha sido elegido como el ser más verdadero.

Según James, hay tres componentes del yo de donde se eligen las pretensiones: el yo material, el yo social y el yo espiritual.

El yo material: Se refiere a los objetos y posesiones que se consideran propiedad personal o con los que se identifica. Si el reino material prospera, el individuo se siente bien y más sustancial. Si las pertenencias de uno se dañan o pierden, la persona se siente mal, disminuida o pequeña, como si la personalidad se le hubiera reducido.

El yo social: Se asemeja a la reputación o el reconocimiento de una persona, esta se tiene por naturaleza de una manera innata y el individuo quiere ser notado favorablemente ante la sociedad y no pasar inadvertido ante sus miembros.

El yo espiritual: Es el centro más recóndito del ser y no está expuesto a la ecuación de éxitos / pretensiones de la autoestima. De hecho, es el intérprete del resultado de la ecuación, por lo tanto, es el determinante del sentido de la autoestima.

La autoestima depende de los encuentros diarios. Si una persona ha tenido éxito constantemente durante un período de tiempo o ha experimentado repetidas ocasiones, el nivel general de autoconfianza o desconfianza puede cambiar. El amor propio puede aumentar el numerador los éxitos o disminuir el denominador las pretensiones a las que aspiramos.

Entre tanto Charles H. Cooley (1902, citado por Aladro, 2005) menciona que el yo tiene varios aspectos, la parte más inoportuna y obligatoria es el yo social, el cual surge de las observaciones individuales sobre cómo los demás responden al yo. Las personas aprenden a definirse por sus percepciones de la forma en que otros los definen, denominado el yo del espejo. Mientras más fuerte y rígida es la tendencia de una persona al proyectar sus sentimientos, es menos probable que esa persona atienda de manera precisa los comentarios provenientes del otro. Cooley escribió un trabajo descriptivo y teórico, sobre el cambio o la mejora de la autoestima. Sin embargo, afirmó que las personas deberían buscar un equilibrio entre valorar los juicios y las opiniones de los demás y desarrollar sus propios modos de pensar estables, que no pueden alterarse al pasar fases de alabanza o culpa.

Para Carl Rogers (1951, citado por Cloninger 2003) cada persona vive en un mundo privado y único de las propias percepciones, respondiendo al entorno desde la ventana de la conciencia personal. Rogers menciona que el objetivo de la terapia es la reestructuración del yo y que ese proceso de reestructuración debe ser

realizado por el individuo solo, porque los valores del terapeuta se convertirán en otro introyecto. Mientras que la tarea del terapeuta va hacer crear una atmósfera de aceptación y deseo de comprender. El impulso de Rogers para comprender la autoestima estaba dirigido a proteger el aprendizaje de un individuo para conocerse a sí mismo o aprender a conocerse.

Por lo cual Allport (1961), menciona que el crecimiento de la autoconciencia se desarrolla a lo largo del aprendizaje evolutivo. Desde un reconocimiento temprano de lo que soy y no de mí, en el primer año de vida (conciencia corporal), una sensación de continuidad de identidad en el tiempo en el segundo año, hasta una percepción de autoestima al comienzo del tercer año, el niño gradualmente agrega más partes al sentido del yo. Desde la edad de 3 a 6 años, los conceptos de autoimagen y extensión del yo. Aquí, los niños comienzan aprender lo que se espera de ellos, para que se les considere personas buenas o malas.

La maduración cognitiva en la adolescencia produce un sentido de sí mismo como un pensador, por primera vez capaz de ser consciente del yo y considerar los efectos del propio pensamiento. La habilidad para consolidar los aspectos de uno mismo en una identidad individual y cohesiva es una tarea importante de la adolescencia. La última tarea en la maduración evolutiva de los aspectos del yo es la dirección del objetivo a lo que llamó un esfuerzo propio, un sentido de propósito, saber a dónde quiere ir en la vida.

La mayor contribución de Allport al estudio de la autoestima, es el reconocimiento de la parte que desempeñan las defensas psicológicas. Volviendo a la fórmula de James con respecto a la proporción entre aspiraciones y logros, notó que un número sorprendente de personas experimentara fuertes sentimientos de

inferioridad. Las influencias de los padres solo fueron aludidas para lograr una salud mental y una mayor autoestima.

De esta manera Stanley Coopersmith (1967, citado por González-Arratia, 2001) sugirió cuatro factores principales que contribuyen al desarrollo de la autoestima:

1. El valor que el niño percibe que otros tienen hacia sí mismo expresado en afecto, elogio y atención.

2. La experiencia del niño con los éxitos: El estado o la posición que uno se percibe a sí mismo en el entorno.

3. La definición individual de éxito o fracaso del niño: Las aspiraciones y demandas que uno se pone a sí mismo para determinar qué constituye el éxito.

4. El estilo del niño de lidiar con comentarios negativos o críticas.

Mientras tanto Adler (1979, citado por Derobertis, 2014) se consideró como uno de los precursores de la psiquiatría social, enfatizando el impacto de la familia y la sociedad sobre el individuo. Por lo tanto, la psicología adleriana también se conoce como psicología individual, la cual describió el objetivo del tratamiento como reeducativo, el terapeuta debe ayudar al cliente a reconocer el error y ayudar a aumentar la capacidad de cooperar, aceptar y participar en los elementos de interés social. Por lo tanto, una autoestima apropiada implica la aceptación de una persona en la humanidad y la voluntad de contribuir al interés social del grupo.

Posterior a esto se realizó el estudio de Rosenberg (1979, citado por Bednar y Peterson, 1996) sobre la Autoestima de los adolescentes postuló una clasificación similar de sí mismo:

El yo existente (como uno personalmente se ve a sí mismo).

El yo deseado (como uno quisiera ser).

El yo que se presenta (el yo uno intenta revelar a otros).

Diferenció entre la confianza de uno mismo y la autoestima, la expectativa de enfrentar con éxito desafíos y superar obstáculos, una sensación general de control de uno mismo y del medio ambiente. La autoestima es más un sentido afectivo de aceptarse. Por lo tanto, la autoconfianza puede contribuir a la autoestima, pero los dos no son sinónimos. Una persona puede tener éxito en cualquier tarea y aun así no aceptar los logros tales como contar o ser digno de respeto propio.

En su consideración de ser y no ser, Rollo May (1983, citado por Rostyslaw, 1991) definió que el patrón de potencialidades y el sentido de la totalidad de una persona como separada y única. Las personas son conscientes, algunas más otras menos de su ser, la relación de la conciencia con la expresión de las potencialidades es el equilibrio fundamental entre la salud mental y neurosis. En su explicación, May menciona que la verdadera autoestima no puede obtenerse, sin autenticidad, la disposición de una persona para expresar la individualidad a pesar del hecho de que otros indudablemente ejercerán presión para cambiarla o negarla.

El trabajo de May afirmó la importancia central de establecer la autonomía para la autoestima. La salud psicológica requiere individualidad y escuchar el propio ser.

Para Schlenker (1985, citado por Bednar y Peterson, 1996) comprender la propia identidad es esencial para la autorregulación, hacer juicios sobre el éxito o fracaso potencial en los esfuerzos, o evaluar los logros. Schlenker define la identidad del individuo como la teoría integral de uno mismo, idéntica al

autoconcepto, como una auto teoría, el objetivo más fundamental de la auto-teoría es optimizar el equilibrio placer/dolor del individuo durante un curso de la vida. Otras dos funciones básicas, no relacionadas con la primera, son facilitar el mantenimiento de la autoestima y organizar los datos de la experiencia de una manera que se pueda afrontar con eficacia.

2.3 Tipos de autoestima

La autoestima está relacionada con muchas formas de conducta y se puede desarrollar en las personas de tres formas autoestima baja, autoestima alta y autoestima inflada.

A continuación, se describe cada una de ellas:

- * Características de las personas con baja autoestima (Campos y Muñoz, 1992 citado por Romero & Jaramillo, 2010).
- * Son indecisos, tienen miedo exagerado a equivocarse y solo toman una decisión cuando tienen seguridad en un 100% de que obtendrán los resultados deseados. Piensan que no pueden, que no saben, le tienen miedo a lo nuevo y evitan los riesgos, por no valorar sus talentos ya que los ven pequeños, y engrandecen el de los demás.
- * Son ansiosos y nerviosos, lo que los lleva a evadir situaciones que le dan angustia y temor. Son pasivos, evitan tomar la iniciativa y se aíslan, casi no tienen amigos y no les gusta compartir con otras personas. Evitan participar en las actividades que se realizan en su centro de estudio o trabajo. Temen hablar con otras personas y dependen mucho de otros para hacer sus tareas o realizar cualquier actividad.

- * Se dan por vencidos antes de realizar cualquier actividad, no están satisfechas consigo mismos, piensan que no hacen nada bien, no conocen sus emociones, por lo que no pueden expresarlas, debido a que no tienen valor, les cuesta aceptar las críticas por tal motivo les cuesta reconocer cuando se equivocan y tienen fuertes sentimientos de culpa cuando algo sale mal.
- * En resultados negativos buscan culpar a otros y se alegran por sus errores. Creen que son personas feas, ignorantes, poco interesantes, pesimistas y eso les causa mala impresión a los demás, por lo siguiente les cuesta obtener sus metas, no les gusta esforzarse y sienten que no controlan su vida. Y no se preocupan por su estado de salud.
- Características de las personas con alta autoestima (Campos y Muñoz, 1992 citado por Romero & Jaramillo, 2010).
- Saben identificar y expresar sus emociones a otras personas, siempre expresan su opinión, conocen las cosas que pueden hacer bien y en las que deben mejorar, por tal motivo se sienten bien consigo mismos. Les gustan los retos, no les temen y participan en las actividades que se desarrollan en su centro de estudio o trabajo. Tiene consideración por los otros, sentido de ayuda y están dispuestos a colaborar con las demás personas.
- Son creativos y originales, inventan cosas, se interesan por realizar tareas desconocidas, aprenden actividades nuevas, se aventuran en nuevas actividades. Se valen por sí mismas en las situaciones de la vida, lo cual implica dar y pedir apoyo. Y luchan por alcanzar lo que quieren.

- Disfrutan las cosas divertidas de la vida, tanto de la propia como la de los demás. Son ordenados en sus actividades. Preguntan cuándo algo no lo saben y constantemente defienden su posición ante los demás por tal motivo reconocen cuando se equivocan. Conocen sus cualidades, tratan de sobreponerse a sus defectos y son responsables de sus acciones.
- Características de las personas con autoestima inflada (Campos y Muñoz, 1992 citado por Romero & Jaramillo, 2010).
- Son seguros de sí mismos en extremo, esto hace que no vean los riesgos de sus acciones, creen tener siempre la razón, que no se equivocan y piensan que pueden hacerlo todo, no hay nadie mejor que ellos y esto hace que todas las personas los amen, y ellos se aman en forma enfermiza a sí mismos.
- Por lo general la gente los rechaza, por *sabelotodo*. Hablan en extremo y son escandalosos. No toman en cuenta a nadie para hacer sus tareas o realizar cualquier actividad. Se sienten atractivos (No necesariamente en el aspecto físico). Creen que son las personas mas interesantes de la tierra, y todas las personas están obligadas a amarlos y se sienten superiores a todos.
- Les gustan los elogios. Siempre tienen una actitud amigable, sienten que son los mejores amigos, que ellos nunca se equivocan, pero atacan a las demás personas cuando cometen errores. Ellos creen merecer y tener más que los demás, quieren tener lo mejor en objetos materiales y cuidan en forma enfermiza de su salud, son optimistas al extremo, se sienten felices y plenos consigo mismos.

2.4 Componentes de la autoestima

Branden (1995) establece que la autoestima se edifica en seis pilares, mismos que se detallan a continuación:

1.- Vivir conscientemente: Es enfrentar la vida con actitud dinámica, no limitarse a resolver problemas, sino enfrentarlos. Se trata de aceptar los errores, corregirlos y aprender de estos. Implica ser pensativo y conocerse a profundidad, de ese modo saber por que se toma una decisión en vez de otra. Significa reconocer las debilidades y fortalezas al igual que los valores de sí mismo.

2.- Aceptarse a sí mismo: Es difícil amarnos si no nos aceptamos por completo, ya sea con virtudes y defectos. Las personas que no se aceptan, viven saboteando sus relaciones y logros profesionales porque creen no merecer tener amor y éxito. Por consiguiente, cuando la persona se acepta tal cual es, logra reconciliarse con ellos mismos y con sus errores del pasado. La aceptación es la clave para reforzar la autoestima y esta no implica que no se esté dispuesto a mejorar, sino que comprenden sus límites y, aun así, son felices porque se centran en sus logros y fortalezas.

3.- Autorresponsabilidad: La persona comprende y acepta que es responsable de su comportamiento y toma de decisiones, así como de sus deseos, valores, costumbres, creencias y, lo más importante, su felicidad. Esta actitud les permite dejar de culpar a los demás, tomar la dirección de su vida y concentrarse en lograr todas las metas establecidas. Aun llevando esto a cabo no implica que la persona sea responsable de todo lo que sucede, también sea consciente de que existen situaciones que se escapan de su control.

4.- Autoafirmación: Implica respetar las necesidades, valores y sueños, buscando alternativas de comportamientos congruentes con lo que se piensa, siente y desea. Tratan con respeto, se muestran tal cual son porque no sienten la necesidad de cambiar para agradar a los demás por miedo al rechazo.

5.- Vivir con propósito: Se comprende que la felicidad y la toma de decisiones no están al azar del destino o de otras personas, sino que dependen de ellos mismos y así puedan ser capaz de identificar y poner en práctica todas las acciones necesarias para tomar el protagonismo de su destino. Es utilizar las aptitudes para lograr algo que realmente los apasione y satisfaga.

6.- Integridad personal: Es la integración de valores, ideales y creencias con el modo de actuar. Conlleva a comportarse según con lo que se cree, siendo congruente con sus actos, ideas y forma de ver nuestro alrededor. Cuando no se siguen las convicciones y hay que contradecirse, la autoestima termina fragmentándose.

Por otra parte, Mruk (1999, citado por Vásquez, 2015) menciona que en la autoestima se encuentran tres componentes relacionados entre sí, de tal modo que si modificamos uno de ellos repercute inmediatamente en los otros: cognitivo, afectivo y conductual.

- ◆ Cognitivo: Es la opinión que se tiene de la propia personalidad y de las conductas.
- ◆ Afectivo: Es la valoración de lo positivo y negativo que hay en el individuo, es un sentimiento de capacidad personal, implica un diagnóstico del propio merecimiento o valor como ser humano. Este elemento consiste en una autoestimación que nace de la observación misma, de la asimilación e

interiorización de la imagen y la opinión que los demás tienen y proyectan de nosotros.

- ◆ Conductual: Es la autoafirmación y la autorrealización dirigida hacia la práctica un comportamiento consecuente, lógico y racional.

Años después, Branden (2010) describe en detalle los componentes que había mencionado Mruk en un principio.

- a) Componente cognitivo: Está formado por un conjunto de conocimientos de uno mismo, la representación de su propia persona, varía con la experiencia y con la capacidad cognitiva del sujeto. Por tanto, indica creencias, opiniones, ideas, percepciones y procesamientos de información. El autoconcepto ocupa un lugar privilegiado de crecimiento y consolidación de la autoestima, esta a su vez se va acompañar por la autoimagen, que es la representación mental que la persona tiene de sí misma en el presente y en las aspiraciones y expectativas de su futuro. La fuerza del autoconcepto se basa en creencias, convicciones, convencimientos propios, sin creencias sólidas no existirá un autoconcepto eficiente.
- b) Componente afectivo: Es el sentimiento de valor que se atribuye la persona a sí misma y el grado en que se acepta, puede ser tanto positivo como negativo según la autoestima que se tenga. Implica un sentimiento agradable o desagradable de ellos mismos. Es la admiración de su propia valía y constituyen un juicio de valor ante sus cualidades personales. Esto es la respuesta de la sensibilidad y emotividad ante los valores que se perciben

dentro de ellos, es la valoración, el sentimiento, la admiración, el desprecio, el afecto, el gozo y el dolor de la parte más íntima de la persona.

- c) Componente conductual: Se encuentra relacionado con la intención y decisión para actuar, de llevar a la práctica un proceso de manera coherente. Es la autoafirmación dirigida hacia el propio yo y busca del reconocimiento y respeto de los demás y de ellos mismos.

2.5 Desarrollo de la autoestima

Para Santrock (2004), la autoestima se desarrolla gradualmente a lo largo de toda la vida, comenzando en la infancia y así pasando por cada una de las diferentes etapas o ciclos de vida de la persona. Según la Teoría del Desarrollo de la Personalidad de Erikson el ser humano atraviesa por ocho estadios psicosociales:

- 1) Confianza versus Desconfianza. Primera infancia, primer año. El bebé, depende absolutamente de su medio ambiente. Si los padres y la familia proporcionan un cuidado continuo y adecuado a sus necesidades, van a generar en él una sensación de confianza y optimismo frente a la vida. Por el contrario, si son descuidados con él, generarán una sensación de desconfianza. Y viceversa, si son descuidados o malos en su atención, se generará una sensación de desconfianza en el niño.
- 2) Autonomía versus Vergüenza y duda. Primera infancia, de 1 a 3 años. En esta etapa se fija la noción de autonomía, a medida que el niño sea capaz de controlar sus esfínteres, usar sus músculos para moverse, vocalizar, desarrollará una sensación de autonomía aparte de sus padres. Si hay una sensación de control, de ser avergonzado ante los primeros fracasos, pueden

surgir sentimientos de inseguridad, duda y vergüenza. El desenlace de un resultado positivo de esta etapa, es la sensación de tener voluntad propia.

- 3) **Iniciativa versus Culpa.** Etapa preescolar, de 3 a 5 años. El niño se percata más de su medio externo y toma la iniciativa de establecer relaciones con la madre o padre. Hay una mayor preocupación por los genitales, por los padres del sexo opuesto y en general una mayor noción de las diferencias entre los sexos. La identificación con el padre del mismo sexo es crucial en esta etapa.
- 4) **Laboriosidad versus Inferioridad.** Etapa escolar, enseñanza primaria, de los 6 hasta los 10 años. Muestra su capacidad de desenvolverse en la interacción escolar, de interactuar socialmente, fuera del núcleo familiar, a medida que va desarrollándose efectivamente adquiere el sentido de ser competente, en la medida que esto no se da aparece el sentido de inferioridad. Problemas de rendimiento escolar, fobias y aislamiento social temprano. El nombre de latencia, se refiere a la suspensión en la búsqueda de vínculos heterosexuales, esto se evidencia en la separación pro sexo, frecuente en esta edad.
- 5) **Identidad versus Confusión de la identidad.** Adolescencia, de los 10 a 20 años. La tarea central del desarrollo adolescente es el concepto de consolidación de la identidad. Los cambios físicos y psicológicos en la pubertad entran en constante conflicto interno, cuya consecuencia será un sentido de continuidad y estabilidad de uno mismo a lo largo del tiempo. Cuando esto no se alcanza, Erickson habla del síndrome de disfunción de la identidad. El fijar los propios gustos, intereses, valores y principios es el modo de crecer. El joven delimita su sí mismo del de sus padres y familia.

- 6) Intimidad versus Aislamiento. Adulthood temprana, de los 20 a 40 años. Forma parte de la sociedad comienza a trabajar y relacionarse establemente con una pareja, a veces formando una familia y así poder compartir el desarrollo de la capacidad de intimidad. Esta etapa requiere un sentido de solidaridad y de identidad en pareja. De lo contrario puede producir aislamiento personal. Lo dicho para la pareja se aplica al trabajar, donde la persona debe mostrar su capacidad de entrega estable a una labor día a día.
- 7) Productividad versus Estancamiento. Adulthood media, de los 40 a 60 años. Lo esencial es la capacidad de cuidar y facilitar el desarrollo de las siguientes generaciones. Participan siendo padres, profesores, guías. El adulto que no puede ser generador, siente una sensación de estancamiento, vive en forma egocéntrica y sin propulsión hacia el futuro. Erickson plantea que los adultos medios necesitan a los niños, que es necesario para ellos cuidarlos, como los niños necesitan de alguien que los cuide.
- 8) Integridad versus Desesperación. Adulthood tardía a partir de los 60 años. A medida que el adulto completa su vida se asegura que la generación siguiente viva, llegando al tema final del ciclo vital: la aceptación de la sucesión de las generaciones y del fin de la vida natural. Esta fase final implica el desarrollo de sabiduría y de una filosofía trascendental de la vida. Por el contrario, si no se adquiere esta noción de integridad, la desesperación y el temor a la muerte se presentan como resultado de una vida irrealizada. Las características y tareas de cada una de las etapas descritas por Erickson constituyen fases en constante movimiento, un individuo siempre está en el proceso de desarrollar su personalidad.

Cada una de las ya mencionadas etapas aportan impresiones, sentimientos y complicados razonamientos sobre la autoestima. El resultado será un sentimiento personal generalizado de valía o de incapacidad. En general las experiencias positivas y relaciones plenas ayudan a aumentar la autoestima, por ende, las experiencias negativas y las relaciones problemáticas hacen que disminuya la autoestima, el rendimiento escolar y, a futuro, la actuación ética y responsable.

López y González (2013) hacen referencia a que la forma de cómo se sienten consigo mismo los niños o adultos, influye esencialmente en el desempeño de las diferentes dimensiones de la vida, como son la familia, el estudio, el trabajo, la pareja y en general las relaciones que se tienen con el entorno. La autoestima que se estructura en cada individuo, logra resultados específicos que condicionan la imagen personal con respecto al entorno. Muchos padres creen que la autoestima sólo se forma con premios, recompensas, refuerzos, buenas notas, felicitaciones e infinidad de regalos. Realmente se consolida por cómo es tratado y estimulado el niño desde temprana edad, con la calidad de tiempo y amor que le proporcionan las personas significativas. La confianza y la seguridad son la base para edificar una correcta autoestima y por consiguiente la seguridad en sí mismo.

2.6 La influencia de otras personas significativas en la autoestima

Jourard y Landsman (1987, citado por Naranjo, 2007) opinan que la influencia de las personas significativas, a su vez es importante para el individuo. Así, las otras personas pueden influir de tal forma en su manera de pensar, percibir, asignar significado y valor, que tal vez se pierda su propia perspectiva. Esas personas importantes, podrían invalidar los juicios propios de la realidad y parte de esa

realidad es la persona misma. De este modo, las creencias que tiene la persona no se basan en conclusiones obtenidas del estudio independiente del yo, sino que se van infiriendo de lo que se escucha por medio de otras, acerca de la naturaleza propia.

La idea de que la autoestima está en parte por las ideas de otras personas, o la forma en que se cree que otras personas nos perciben, es generalmente aceptada, señala (Juharz, en Rice, 2000). No obstante, todas las personas ejercen una influencia igual de fuerte. Las personas significativas son aquellas que ocupan un alto nivel de importancia, son influyentes y sus opiniones son relevantes. Su influencia también depende de su grado de implicación y de intimidad, del apoyo social que proporcionan y del poder y autoridad que otras personas les proporcionan.

Las agencias y los agentes del proceso de socialización desempeñan un papel importante en el desarrollo de la autoestima, ya sea positiva o negativa. Las agencias de socialización incluyen a la familia, las instituciones educativas, los medios de comunicación. Los agentes socializantes son aquellos que moldean la conducta de la persona en proceso de desarrollo, de modo que se ajuste a los requerimientos sociales. Como los padres, madres, hermanos, hermanas, docentes e iguales son agentes de socialización. Estos a su vez, son agentes de control social, ya que controlan la conducta de la persona mediante amenazas, desaprobación, crítica, o mediante la aprobación, el elogio o la recompensa. De esta manera se va definiendo en la persona su identidad, su autoconcepto y la valoración que hace de sí misma (Juharz, en Rice, 2000).

Diversas investigaciones han observado que la calidad afectiva de las relaciones familiares está asociada con altos niveles de autoestima. De acuerdo con Robinson (en Rice, 2000), las personas con mayor autoestima muestran una mayor intimidad con sus madres y sus padres, se sienten unidos y se llevan bien con ellos. La autoestima favorable se ha asociado con la voluntad de los padres y de las madres de premiar la autonomía, su aceptación, su flexibilidad, la comunicación, la satisfacción compartida, el apoyo y el tipo de control.

En cuanto a la influencia de los iguales en la autoestima, Golden (2005) señala que las relaciones entre los compañeros dentro del contexto de las instituciones educativas se presentan en gran medida como un determinante crítico del sentido de valía que el estudiante tiene de sí como persona. Cuando no se tiene el apoyo y la aprobación de los compañeros la persona es apartada o descalificada, la situación se convierte en relevante para una baja autoestima y para el sentido de valor personal.

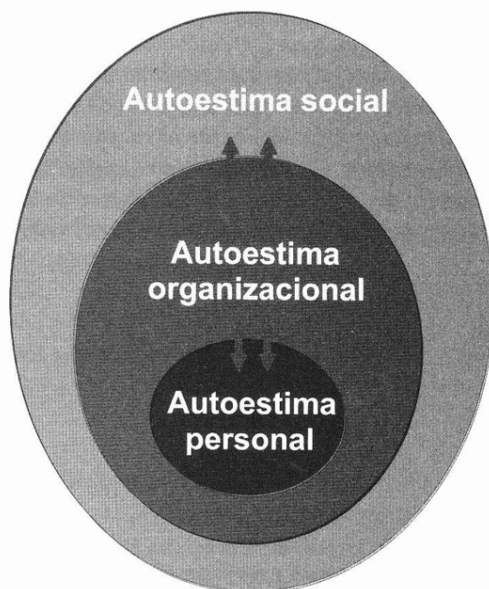
Si bien, el apoyo de los iguales en la clase es crítico para la autoestima, el impacto de los profesores no es menos significativo. Un mayor apoyo por parte de éstos resalta en mayores niveles de autoestima. Una relación positiva entre los estudiantes y los maestros se ve influenciada por aspectos como la competencia social, las actitudes generales hacia la institución educativa, las actitudes hacia las actividades educativas, el comportamiento en la sala de clase y el nivel de concentración académica (Golden, 2005).

2.7 La autoestima organizacional

Gansters y Schawbroeck (2005, citado por Romero & Jaramillo, 2010) mencionan que la autoestima organizacional es una actitud individual sobre el desempeño y la competencia, y el valor profesional a lo largo de una capacidad positiva o negativa, y es señalada como un factor importante en la explicación de la ejecución, la satisfacción laboral y vital, y parece actuar como variable conciliadora entre la relación de estrés laboral salud.

La autoestima organizacional es un concepto reciente que reúne el conjunto de la autoestima de los miembros de la organización. En este sentido, la autoestima representa la cultura dominante de la empresa y sus valores. La autoestima de una estructura depende de sus colaboradores. Los valores económicos, sociales, emocionales entre otros, forman parte de la autoestima corporativa. Pero, desde la perspectiva sistémica, depende de las organizaciones que la construyen y de sus miembros (ver Figura 2).

Figura 2: Visión sistémica de la autoestima.



Fuente: (Dolan, Díez & García, 2005).

Los integrantes de las organizaciones sanas deben tener una buena autoestima, aun sin caer en la arrogancia y prepotencia, la cual consiste en creerse superior a las demás personas, clientes o proveedores, por ende, supone altos niveles de inseguridad de fondo y genera un distanciamiento de su parte.

En ocasiones, se realiza una autodestrucción, ya sea porque la empresa no es más necesaria para expresar la forma de crecimiento desmesurado, una de las más importantes y difíciles decisiones estratégicas es entonces la de no crecer en exceso para mantener niveles esenciales de calidad, calidez, identidad y autoestima. Una organización que no cuide su autoestima corre el riesgo de estresarse, deprimirse, eventualmente, autoagredirse y desaparecer.

Por otro lado, las personas con mayor autoestima desean trabajar en organizaciones líderes, seguras de sí mismas, que destacan de las demás, no sólo por sus productos, sino por su liderazgo y por su cultura o forma de hacer las cosas (Dolan, Díez & García, 2005).

La autoestima organizacional se desarrolla en función de diferentes variables:

1. Presencia de un liderazgo que está al servicio de espacios de trabajo felices para trabajar e invertir. Espacios de flujo creativo entre la realidad, capaz de armonizar los ideales humanistas de la persona como fin con la realización de la búsqueda de eficiencia.
2. Estabilidad sinérgica entre sus logros éticos, emocionales y económicos.
3. Creación de objetivos realistas, participativos y de moderada-alta intensidad.
4. Celebración creativa de metas individuales, grupales y colectivas.

5. Construir vínculos de confianza desde su inicio entre los propietarios y todos sus agentes, desde el resto de sus empleados pasando por proveedores, clientes y dirección.
6. Coherencia e integridad entre los valores que declara y lo que se hace en el día a día.
7. Establecer una misión o razón de ser incluyendo el beneficio económico y la eficiencia, pero que lo entienda no como el único valor final y a costa de lo que sea, sino como un medio para su supervivencia y desarrollo o como una consecuencia de hacer las cosas bien con las personas, ya sean empleados, proveedores, ciudadanos en general o clientes.
8. Reputación externa: aparición en rangos de excelencia, evitando escándalos o noticias de malas prácticas o de cualquier tipo.
9. Compromiso con el medioambiente y el entorno cultural.
10. Respeto con todas las personas para procurar que puedan liberar todo su potencial y que, a su vez, gocen del mayor equilibrio posible entre trabajo y bienestar (Dolan, Díez & García, 2005).

2.8 El papel de líder para aumentar o reducir la autoestima organizacional

En la actualidad se está constatando su carencia ya que empiezan a cansarse y a cansar aquellos directivos con baja autoestima, aislados y estresados, sin tiempo para pensar ni vivir, sin suficiente apoyo social, con escasa formación psicológica y filosófica, excesivamente controladores, emocionalmente comprimidos, y socialmente poco solidarios, tanto a nivel empresarial como a nivel administrativo ya sea público o privado.

En este sentido, resultan muy valiosas las palabras de Peter Senge (1980, citado en Dolan et al, 2005) autor y consultor de empresas, en un interesante documento denominado *Experiments in Silence*:

Es preocupante que las personas a quienes se les concede la responsabilidad sobre nuestra sociedad y sobre nuestro bienestar no puedan tener conversaciones honestas sobre sus esperanzas, miedos, preocupaciones y problemas personales, se esperaría que el tipo de conversación sea empática con un sentimiento de conexión para así afrontar cosas difíciles.

Esta consecuencia es por la existencia de personas a quienes contemplamos desde abajo y se encuentran muy aislados como seres humanos, y pienso que sufren tremendamente. No acostumbramos a pensar que sufren, ya que los vemos como poderosos. Sin embargo, cuando estamos a su alrededor, podemos sentir inmediatamente las obligaciones o límites que llevan encima de ellos.

Las personas con más necesidades de poder-influencia tienden a descuidar sus necesidades de establecer relaciones cálidas y de confianza con los demás, así como sus necesidades de querer y ser queridos. Estas personas tienden a ser sensibles a la pérdida de confianza de sus superiores y tienen dificultades para confiar en sus subordinados o para que sus subordinados lleguen a confiar completamente en ellos.

Más allá de las necesidades de autoestima, McClelland (1953, citado en Dolan et al, 2005) formuló un modelo de tres necesidades humanas básicas:

- Logro (*achievement*).
- Búsqueda de poder-influencia.

- Afiliación (necesidad de querer-ser querido).

Empeñado en demostrar que los ciudadanos del tercer mundo podrían desarrollar conductas emprendedoras con una formación adecuada, planteó a Naciones Unidas un programa específico al respecto: el actual Programa EMPRETEC de la UNCTAD tiene por objeto aumentar la capacidad de producción y competitividad internacional en pro del desarrollo económico, la eliminación de la pobreza y la participación equitativa de los países en desarrollo en la economía mundial.

El EMPRETEC, nombre que combina los términos emprendedor y tecnología, es un programa pionero de las Naciones Unidas para el fomento de la iniciativa empresarial.

Constituye un mecanismo para promover un cambio de comportamiento en un grupo selecto de empresarios prometedores; asimismo, ayuda a dichos empresarios a poner en práctica sus ideas y contribuye al desarrollo de empresas incipientes. Sin embargo, resulta curioso comprobar que este programa tiene como objetivo estimular la necesidad de logro, la necesidad de poder y como sustituto de la necesidad de afiliación la necesidad de planificación.

En este capítulo se abordó el tema de la autoestima, haciendo un recorrido desde sus inicios y pasando por sus primeras definiciones, se mencionó la historia y sus principales tipos de autoestima los cuales son baja, alta e inflada, los componentes que menciona Branden como los pilares de la autoestima y Mruk como: cognitivo, afectivo y conductual. Las etapas del desarrollo que explica Erikson al igual que la influencia que tienen las personas significativas en la autoestima,

para finalizar con la autoestima dentro de la organización y el papel de líder dentro de la misma. En el siguiente capítulo se abordará la temática de Psicología Organizacional.

Capítulo 3. Psicología organizacional

3.1 Definición

La psicología organizacional es una rama de la psicología que aplica los principios de ésta en el lugar de trabajo. Su propósito es incrementar la autoestima y el desempeño de los seres humanos, así como la de las organizaciones al progresar en la ciencia y conocimiento del comportamiento humano Rucci (2008, citado en Aamodt 2010).

Su finalidad es escuchar las demandas sociales en el contexto laboral, la actividad del psicólogo está al servicio de la empresa ante su buen funcionamiento. Para así integrar la máquina humana de trabajo a la mecánica industrial Richard (1971, citado por Rodríguez & Posadas, 2005).

Para Zepeda (2017), la psicología organizacional se dedica al estudio de los fenómenos psicológicos al interior de las empresas, a través de los procedimientos organizacionales que ejercen su impacto en las personas. Esto se complementa con la idea de Dunnette y Kirchner (2007), los cuales consideran que la psicología organizacional es el estudio de la organización, el desarrollo que tiene en su interior y las relaciones que establece con las personas que pertenecen a dicha organización. Agregaron que esta definición exige a los psicólogos estudiar las áreas de conflicto entre el temperamento de los trabajadores y las demandas que ejerce la organización sobre ellos.

Por su parte, Mastretta (2006) la define como un campo de estudio de los procesos mentales, el comportamiento y la cognición, aplicados a la interacción humana en las actividades productivas.

Aamodt (2010) menciona que, aunque se busque mejorar el bienestar de los trabajadores y la productividad de las organizaciones, existen dos aspectos para lograrlo:

- Primero la perspectiva industrial: Se orienta a las competencias forzosas para realizar el trabajo y que los trabajadores tengan las capacidades necesarias para aumentarlas con capacitación.
- Segundo la perspectiva organizacional: Crea una estructura y una cultura que motiva a los trabajadores a desempeñarse eficazmente, esto les brinda las condiciones seguras para propiciar un ambiente de trabajo agradable y satisfactorio.

Dunnette y Kirchner (2007) escriben que “un objetivo básico de la psicología en la industria es introducir el método científico como base de las decisiones que envuelven la conducta humana, o en la utilización de recursos humanos” (p. 20).

Finalmente, para Katz (1977 y Kahn 1989, citado en Díaz 1998), las organizaciones son sistemas abiertos cuyos principales componentes son los roles, normas y valores. Estos sistemas se integran mediante las actividades diseñadas, interdependientes, repetitivas, perdurables y limitadas en el tiempo y en el espacio, de un grupo de personas.

3.2 Antecedentes históricos

Este campo de la psicología surge a finales del siglo XIX y comienzos del XX. Se cree que el primer texto acerca de la psicología y organización en un solo escrito fue en 1903 por Walter Dill Scott titulado *The Theory of Advertising*, o también pudo haber aparecido en 1911 cuando escribió *Increasing Human Efficiency in Business*, en la que la psicología fue aplicada a los negocios y manifiesta que un modo de lograr mayor eficiencia es el método motivacional: sin embargo, es posible que esta disciplina haya aparecido por primera vez específicamente en 1913 con el escrito de Hugo Münsterberg titulado *Psychology and Industrial Efficiency*, donde analiza la psicología como arma para la eficiencia en la organización. En todos ellos se trataron temas como métodos de selección de personal, métodos de incremento de la eficiencia del trabajo y las técnicas para el mercado, la publicidad y en general temas en donde se incluía la contratación de trabajadores con distintas capacidades mentales y personalidades adecuados para cierto tipo de vocaciones. El término Psicología Industrial fue pocas veces utilizado antes de la Primera Guerra Mundial y fue común denominarlo como Psicología Económica, Psicología de Negocios y Psicología del Empleo Koppes & Pickren (2007, citado por Gómez, 2015).

Para entonces, la psicología industrial tuvo un gran impacto durante la Primera Guerra Mundial, debido a que Estados Unidos se basaba en el reclutamiento voluntario, necesario para el gran número de soldados que debían ser asignados a varias unidades dentro de las fuerzas armadas. Entonces se utilizó como método la psicología para atraer a los hombres a unirse al ejército estadounidense, ya que como estandarte principal se manejó el patriotismo, allí los

psicólogos fueron pieza clave, porque examinaron a los reclutas y después los remitieron a los puestos más adecuados.

Se aplicó por primera vez el desarrollo de selección y clasificación de estructuras en donde eran necesarias la influencia de tropas masivas durante su movilización, las evaluaciones utilizadas para asignar y tomar decisiones fueron los test Army Alfa y Army Beta, los cuales fueron diseñados para dicho propósito y pruebas de habilidad mental. John Watson sirvió con el rango de Mayor en el ejército de EEUU, ahí desarrolló pruebas motrices y perceptuales a pilotos. De igual forma el psicólogo Henry Gantt incrementó la eficacia en buques de carga, y los esposos Frank Gilbreth y Lillian Moller Gilbreth trabajaron por mejorar la productividad y reducir la fatiga al realizar estudios sobre los movimientos que realizaban los trabajadores en su oficio, con la finalidad de reducir el número de movimientos a los que realmente eran necesarios (DiClemente y Hantula, 2018).

En 1924, explica Muchinsky (2007) se apostó por la ingeniería industrial, los psicólogos estudiaron los movimientos primitivos de la psicología a través de ingenieros industriales, se analizaron los movimientos, tiempo de estudio, técnicas y motivación por los incentivos de pago. Se podría considerar que esta fue una de las investigaciones más importantes realizadas en esta década con el creciente entusiasmo por los exámenes vocacionales y la evaluación psicológica gracias a Elton Mayo y un grupo de investigadores que empezaron a realizar una serie de experimentos en la fábrica Hawthorne de la Western Electric Company.

El propósito con el que comenzaron las investigaciones en Hawthorne fue manejar todas las situaciones laborales, desde el tiempo de descanso, la utilización

de las instalaciones, incluso modificaron métodos de producción y encontraron la relación entre la iluminación y la eficiencia:

Los investigadores instalaron varios conjuntos de luces en talleres donde se producía equipo eléctrico. En algunos casos la luz era intensa, en otros casos estaba reducida al equivalente a la luz de la luna. Para la gran mayoría de los investigadores, la productividad parecía no tener relación con el nivel de iluminación. La productividad de los trabajadores aumentó, ya fuera que la iluminación se disminuyera, se aumentara o se mantuviera constante. Los resultados del estudio fueron tan extraños que los investigadores plantearon la hipótesis de que algunos otros factores debían ser responsables del aumento en la productividad (Muchinsky, 2007).

Dicho experimento permitió explorar una amplia variedad de comportamientos humanos en el lugar de trabajo, de los cuales antes no se tenía idea, sus formas individuales de control sobre la producción y la importancia que tienen las actitudes de los trabajadores, así como la necesidad de dar un trato digno como personas, más que solo capital humano. Propiciaron nuevos interrogantes y llevaron a la psicología industrial a investigar y comprender el comportamiento humano en las organizaciones de trabajo (Muchinsky, 2007).

Como consecuencia del experimento de Hawthorne, surgió en Estados Unidos la escuela humanística de la administración que y fue desarrollada por Elton Mayo y sus colaboradores. Blanch, Espuny, Gala y Martín (2003), explican que estos experimentos tenían como propósito resaltar las dificultades de rechazo en los trabajadores dentro de la organización taylorista, así como obtener mejoras en la productividad. García (2002), dice que los estudios de Hawthorne dieron al

movimiento de Relaciones Humanas la forma de hacerse necesario para los empresarios, por su nueva base científica y objetiva.

En la Segunda Guerra Mundial se sumó el estudio de la motivación y la moral, se amplió el estudio del desarrollo de la personalidad y la analítica de la psiquiatría clínica. En 1944, la American Psychological Association (APA) reconoció el carácter científico de la Psicología Industrial y creó la División 14 de Psicología Industrial y de los Negocios, que más adelante, en 1970, cambió de nombre por División de Psicología Industrial y Organizacional. Igualmente se generó el primer código de ética que plantea unos principios fundamentales: “competencia, integridad, responsabilidad profesional y científica, respeto por la dignidad y los derechos de la gente, preocupación por el bienestar de los demás y responsabilidad social, pertenecientes por completo al ejercicio de la Psicología Organizacional en particular” (Enciso y Toro, 2004).

En Norteamérica, Campbell (2002, citado por Enríquez y Castañeda, 2006) menciona que existe una clasificación establecida en una división de la APA llamada SIOP (Sociedad de Psicología Industrial y Organizacional), la cual agrupa tres disciplinas:

- Psicología del personal: Se dedica a temas como selección, capacitación, desarrollo y evaluación del desempeño.
- Psicología organizacional: Estudia el contexto social del trabajo con temas como motivación de los empleados, satisfacción en el trabajo y liderazgo.
- Psicología de los factores humanos: Estudia los aspectos cognitivos y fisiológicos del desempeño de los trabajadores.

3.3 El estudio de las condiciones del trabajo

En 1990 apareció una corriente de la psicología denominada Psicología de la Salud Ocupacional, su objetivo es crear ambientes de trabajo seguros y saludables, tiene como fin promover organizaciones y personas sanas, ayudando a desarrollar sistemas que protejan las emociones en el entorno psicosocial que afectan el sector laboral Tetrick & Quick (2003, citado por Chiang, Heredia, & Santamaría. 2017).

Según Artazcoz (2002), actualmente la Salud Ocupacional tiene un papel importante a nivel mundial, tomando considerable interés en las enfermedades laborales, considerándose que, aunque en los diferentes contextos de trabajo todavía persisten los riesgos laborales clásicos, cada vez es mayor la presencia de los factores de riesgo psicosocial derivados de las nuevas formas de organización en el trabajo.

Para Pulido (2003, citado en Reyes de Rojas et al, 2009) la salud es entendida como el “adecuado estado de bienestar físico, mental y social, no como la ausencia de enfermedad” se relaciona mucho con los climas organizacionales, ya que éstos pueden generar en los integrantes de la organización, frustraciones en las expectativas, descontentos y relaciones personales insatisfactorias, pudiendo alterar su regulación individual y desequilibrar su buen estado de salud o propiciar situaciones que interfieren en el bienestar del trabajador.

3.4 Clima y cultura organizacional

Por otra parte, el concepto de clima organizacional está relacionado con el comportamiento del trabajador. Esta propuesta la planteó Forehand y Gilmer (1964,

citado por García Solarte, 2009) los cuáles definen el clima como el conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra, e influyen en el comportamiento de las personas que la constituyen.

Como parte de su teoría toma en cuenta cinco variables estructurales: el tamaño, la estructura organizacional, la complejidad de los sistemas, la pauta de liderazgo y las direcciones de metas. Se considera que el enfoque estructural es más objetivo porque se basa en variables que son constantes dentro de la organización y definidas por la dirección.

Han sido muchas las investigaciones sobre el clima organizacional que lo han caracterizado mediante la medición de diversas variables organizacionales, individuales, de comunicación, de percepción, de control, de procesos, y que son estos estudios los que han permitido que se generen concepciones variadas del clima organizacional (Olaz, 2013).

El clima organizacional está relacionado con la evaluación del desempeño, puesto que, a través de su medición, se pueden encontrar factores por los cuales muchas veces se ven influidos los trabajadores y que repercuten en su desempeño.

Para Alles (2005), la evaluación del desempeño laboral, es la función básica del psicólogo organizacional, mediante la cual se evalúa la capacidad de una persona para producir resultados sin importar su posición y puesto de trabajo.

Para que estos resultados se lleven a cabo, la persona debe saber qué es lo que se espera de ella dentro de la organización, que se le dé la retroalimentación adecuada y sea recompensado por su desempeño.

Por otra parte, la definición de competencias es el logro de objetivos que se ve ligado con la acción de las aptitudes personales en los trabajadores y estas en

conjunto acercan a la organización al éxito. Los enfoques para relacionar competencia con desempeño son varios.

Manthis (2000, citado por Elizalde, Mollo & Flores, 2010) plantea la evaluación del desempeño, relacionando a la estrategia global de los negocios con los objetivos individuales del empleado.

Los objetivos más importantes de la evaluación del desempeño son:

- a) El desarrollo personal y profesional de los empleados.
- b) La mejora permanente de los resultados de la organización.
- c) El aprovechamiento adecuado de los recursos humanos.

Según Alles (2005), la evaluación debe ejecutarse con base en el perfil del puesto de trabajo y es necesaria porque permiten:

1. Tomar decisiones de promociones y remuneración.
2. Reunir y revisar las evaluaciones de los jefes y subordinados sobre el comportamiento del empleado en relación al trabajo. Un trabajador necesita saber cómo se está realizando su trabajo, el grado de satisfacción que sus empleadores tienen en relación con la tarea realizada.
3. La mayoría de las personas necesitan y esperan retroalimentación; partiendo de conocer cómo hacen la tarea, y así saber si pueden modificar su comportamiento.

3.5 Rol del psicólogo organizacional

Andía (2018), menciona que el rol del Psicólogo Organizacional es estudiar el comportamiento humano dentro de las instituciones públicas y empresas privadas en función a su participación en factores tales como la cultura, el clima, la

motivación, el liderazgo, la toma de decisiones, la comunicación, la productividad y la satisfacción laboral.

Según Chiavenato (2009), es un profesional especializado en el comportamiento de las personas en el ámbito de las organizaciones, este se encarga de conocer y fomentar la satisfacción de los empleados con respecto a su trabajo, desarrolla y propone estrategias para incrementar el trabajo en equipo, implanta mejores procedimientos de selección, colocación, capacitación, promoción y retención del personal, apoya el incremento de la productividad mediante la adecuada integración hombre-máquina-organización, recomienda mejoras en la calidad de los productos y servicios, así como en las estrategias de marketing y publicidad de las empresas y orienta al gerente en cuanto a liderazgo, negociación y toma de decisiones.

Menciona Foster (2018) que dentro de la psicología organizacional hay cinco tipos de funciones y actividades principales que el Psicólogo Organizacional desempeña, las cuales se mencionan brevemente a continuación:

- Selección de personal: Se implementa con el fin de cubrir vacantes tanto para instituciones públicas como para empresas privadas en sus diferentes áreas administrativas y operativas. Su finalidad es elegir al candidato que cubra las necesidades del perfil del puesto de trabajo.
- Funciones de recursos humanos: Están enfocados en la administración del capital humano, así como incidencias, vacaciones, democión y promoción de puesto, horarios y un salario acorde. Aplicando y adecuando políticas ya sea para instituciones públicas y empresas privadas haciendo que estas se cumplan. En algunas ocasiones, y según la necesidad, se contratan

consultores externos que se encargan de implementar sistemas pre-establecidos llamado *Outsource* que se refiere a un servicio que se contrata por fuera de la compañía, pero que hace parte de sus actividades, sin embargo la compañía contratada es responsable de su propia administración, por lo cual el *Outsourcing* es la acción de recurrir a una agencia exterior para que esta realice actividades que antes desarrollaba la organización inicial (Rothery y Robertson, 1996, citado por Duque, González & García, 2014).

- Cultura y clima organizacional: Los psicólogos organizacionales determinan que las condiciones y el ambiente de trabajo son influenciadas por la cultura o el clima organizacional dentro de una institución pública o empresa privada.
- Desarrollo organizacional: Se refiere a la transformación de los sistemas sociales dentro de la estructura y al cambio de mentalidad, para que se produzca un impacto en la conducta en pro de la organización.
- Consejería y coaching: Es el aporte más reciente del psicólogo a las organizaciones. Este enfoque de consejería se desarrolló en Estados Unidos en 1990 por Thomas Leonard, quien aplicó el concepto de Coaching en las organizaciones utilizando como herramientas el cumplimiento de metas, el pensamiento positivo y la mejoría del concepto de sí mismo Peltier (2009, citado por León, 2013).

Para Muchinsky (2007) las actividades profesionales del psicólogo organizacional se pueden agrupar en seis campos generales los cuales son:

- ❖ Selección y colocación: Se ocupa del desarrollo y métodos de evaluación para la selección, colocación y promoción de los empleados, dedicándose al

estudio de puestos del trabajo para determinar hasta qué punto las pruebas pueden llegar a predecir el desempeño en esos puestos.

- ❖ Capacitación y desarrollo: Se encarga de identificar las habilidades de los empleados que deben ser mejoradas para aumentar el rendimiento en el puesto, diseñando de esta manera formas para determinar si los programas de capacitación y desarrollo han sido exitosos.
- ❖ Evaluación del desempeño: Se basa en la identificación de criterios o normas para determinar qué tan bien desempeñan los empleados sus puestos de trabajo, así como la medición del rendimiento de equipos de trabajo y de unidades dentro de la organización.
- ❖ Desarrollo de la organización: Se analiza la estructura de la organización para maximizar la satisfacción y eficacia de los individuos, grupos de trabajo y clientes para facilitar el proceso de crecimiento organizacional. El encargado de esta área está sensibilizado con un amplio conjunto de factores que influyen sobre las conductas en las organizaciones.
- ❖ Calidad de vida laboral: Se ocupan de los factores que contribuyen a que la fuerza laboral sea saludable y productiva, ya que una alta calidad de vida laboral genera una productividad mayor de la organización y contribuye a la salud emocional del individuo.
- ❖ Ergonomía: Este campo es multidisciplinario, se dedica a diseñar herramientas, equipo y maquinaria que sean compatibles con las capacidades humanas, en este campo los psicólogos organizacionales usan conocimientos que se derivan de la filosofía, la medicina industrial y de la

percepción para diseñar sistemas de trabajo que puedan ser operados de manera eficiente por los seres humanos.

En este sentido, la ergonomía viene a cubrir ese espacio tan importante que se refiere a brindar una serie de elementos en el área de la preservación de las condiciones de salud de los trabajadores, en las diversas áreas donde estos se llegan a desempeñar. Sus objetivos son promover la salud y el bienestar, reducir los accidentes y mejorar la productividad de las empresas (Apud & Meyer, 2003).

3.6 Tecnología en el mundo de la organización

Otro factor importante que interviene dentro de las organizaciones es la tecnología, ya que tiene una influencia específica en las estructuras y en su comportamiento. La tecnología es una herramienta e instrumento de trabajo de las personas, de ahí la necesidad de aumentar gradualmente la capacitación del capital humano para que pueda seguir el ritmo del desarrollo tecnológico (Chiavenato, 2009).

La tecnología, principalmente las tecnologías de la información, la unión entre la computadora, la televisión y las telecomunicaciones, están revolucionando el mundo de los negocios. La Internet está cambiando, no sólo la manera en que los clientes, proveedores y compañías interactúan, sino también la manera en que las organizaciones trabajan internamente. A pocos años de su introducción, la Internet ha afectado profundamente las bases de la competencia en muchos mercados.

Hasta el momento hay siete tendencias generadas por el crecimiento de la internet y que afectan a las organizaciones:

1. La internet está obligando a las organizaciones a transformarse. El concepto de redes electrónicas de clientes, proveedores y grupos de interés se está convirtiendo en una realidad.
2. Las organizaciones ahora trabajan directamente con los clientes y evitan a los distribuidores, formando relaciones de agrupaciones o conglomerados con los usuarios finales, lo cual mejora los servicios y reduce costos.
3. La balanza del poder se está inclinando hacia el cliente. Gracias al acceso a una cantidad ilimitada de información en Internet, los clientes ahora son más exigentes.
4. La competencia está cambiando. Las organizaciones basadas en nuevas tecnologías analizan cómo usar la internet para volverse más innovadoras y eficientes.
5. El funcionamiento de los negocios está cambiando drásticamente. Los horizontes de planeación, las necesidades de información y las expectativas de los clientes y los proveedores reflejan la urgencia y la inmediatez de la internet. Este ambiente turbulento impone mayores restricciones de tiempo.
6. La internet está empujando a las organizaciones más allá de sus fronteras tradicionales. La separación usual entre proveedores, manufactura y clientes está desapareciendo con la expansión de las redes externas, en las cuales las organizaciones cooperan entre sí para tener acceso a los planes y procesos de las operaciones internas de las demás.
7. El conocimiento se está convirtiendo en el principal activo de las organizaciones y en la mayor fuente de ventaja competitiva. El valor del mercado ahora está compuesto por activos intangibles o capital intelectual.

Las empresas deben adaptarse a las innovaciones tecnológicas que provienen del entorno general a fin de seguir siendo competitivas. Desde su perspectiva, Mujica (2000) considera que el avance tecnológico de la informática, la computación y las telecomunicaciones, incorporaron a las organizaciones un enfoque diferente para acceder al conocimiento, flexibilidad, interactividad, economía, rapidez, independencia, comunicación y desarrollo.

Las tecnologías de la información y la comunicación son muy novedosas. Como lo refiere Gates (2000), se trata de la integración de las redes de teléfonos, televisión, cable, radio, computación e internet, las cuales logran la circulación de toda la información y comunicación, fundamental para satisfacer las necesidades de las organizaciones y garantizarles un futuro sustentable.

Según Gil (2002), constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real.

Por su parte, Ochoa & Cordero (2002, citado por Montiel, 2008) señalan que son un conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información. Asimismo, Thompson & Strickland (2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización.

Blanch (2003) señala que la aparición de los nuevos procesos de la tecnología en el mundo de las organizaciones, está transformando, de manera

drástica y acelerada, no solo en los modos de producir, intercambiar y consumir; sino también los de pensar, sentir, actuar, comunicarse y relacionarse en el trabajo, modificando las condiciones de la visión de la salud ocupacional, que abarcaba únicamente enfermedades a nivel de desgaste físico como el estrés, las jornadas excesivas de trabajo, el *Burnout* y el *Mobbing*, están ampliamente relacionados y son precursores para padecer el Síndrome de *Boreout*.

3.7 Características de la institución pública y empresa privada

Ochoa (2019) refiere que las características de una institución pública son:

- El Estado invierte capital con el fin de satisfacer necesidades sociales.
- La finalidad de las empresas no es obtener ganancias sino satisfacer necesidades sociales, aunque no deben perder de vista el principio de racionalidad económica.
- Muchas de estas empresas no tienen competencia por lo cual forman verdaderos monopolios.
- Se ubican principalmente en el sector servicios, especialmente en la infraestructura económica.
- El Estado toma las decisiones económicas volviéndose un auténtico empresario.
- Estas empresas contratan personal para diversas áreas a los cuales se les paga un salario.

Así mismo Ochoa (2019) menciona que las características de la empresa privada son:

- Las empresas privadas invierten capital con el fin de obtener ganancias.

- La toma de decisiones se realiza según el objetivo de la ganancia considerando los riesgos y el mercado al cual se dirige la producción.
- Los empresarios deben evaluar la competencia y realizar lo prioritario de acuerdo al principio de racionalidad económica.
- Los medios de producción pertenecen a los empresarios capitalistas.
- Se contrata personal para diversos puestos a los cuales se les paga un salario.

En este capítulo se abordaron elementos que constituyen el clima organizacional haciendo mención de sus inicios, las condiciones de trabajo actuales en la CDMX, los impactos de la salud ocupacional, se describió el rol del psicólogo organizacional, tocando temas como las evaluaciones del desempeño, la ergonomía, la tecnología que hoy en día es un factor importante dentro de las organizaciones y las principales características de la institución pública y empresa privada. En el siguiente capítulo se abordará la temática de investigación relacionada.

Capítulo 4. Investigaciones relacionadas

En este capítulo se realizó una investigación de los artículos y tesis que han abordado la temática del Síndrome de *Boreout*. Sin embargo, hay pocos estudios en México, ya que es un concepto relativamente nuevo.

4.1 Cabrera Noriega

El primer artículo científico es de Cabrera Noriega (2014) publicado en la revista *Salud* de la Universidad Industrial de Santander. Llamado Síndrome de *Boreout*: Diseño, confiabilidad y validación preliminar de un instrumento para su medición.

El presente estudio exploratorio de campo, tuvo como objetivo diseñar un instrumento que permitiera reunir información sobre el Síndrome de *Boreout*. Su aplicación fue a 150 trabajadores ofimáticos de una empresa privada del sector comunicaciones de la ciudad de Valencia (Carabobo, Venezuela), resultando 43 (28,66%) participantes del sexo masculino y 107 (71,34%) del sexo femenino. El rango de edades fue de 22 a 63 años, el nivel académico predominante fue universitaria incompleta. La muestra fue por muestreo no probabilístico, respetando como criterios de inclusión a trabajadores con antigüedad laboral mayor a un año en el puesto y acceso mediante medios informáticos (computadora, tableta, teléfono inteligente) para comunicación con Internet o Intranet desde la empresa; como criterios de exclusión se presentó la no disponibilidad voluntaria para participar en el estudio, a pesar de haber sido garantizada la confidencialidad de los resultados.

El instrumento consta de tres partes:

Parte 1: Correspondiente a datos sociodemográficos (Edad, Género, Carga Familiar, Estado Civil, Grado Académico, Antigüedad Laboral, Antigüedad en la Empresa, Antigüedad en el Puesto de Trabajo, Categoría Ocupacional y Actividad Laboral Secundaria).

Parte 2: Son 18 ítems las opciones de respuesta de la escala tipo Likert, parten desde el Nunca hasta el Siempre, siendo Nunca (0), Pocas Veces (1), Algunas Veces (2), Muchas Veces (3) y Siempre (4), contando con 9 enunciados en posición positiva y 9 enunciados en posición negativa, y estando los 18 ítems distribuidos en las tres dimensiones, a razón de seis (6) para cada una de ellas: aburrimiento, desinterés e infraexigencia.

Parte 3: Integrada por 10 enunciados, una para cada estrategia *Pro-Boreout*: documentos, pantalla, pseudoentrega, compresión, laminamiento, obstaculización, home-office-link (HOL), pseudoburnout y ruido. Utilizando la misma respuesta tipo de Likert basada en frecuencia, con esta última parte se pretende precisar qué tipo de estrategia y con qué frecuencia estaría utilizando el trabajador durante su desempeño laboral. En conjunto el trabajador evaluado estaría aportando un total de cuarenta y ocho datos a través del instrumento de investigación.

Para los resultados se utilizó la confiabilidad del Alfa de Cronbach que fue de (0,868), para la validez de criterio el juicio de expertos, validez de contenido y validez de constructo (análisis factorial). Se concluyó que el instrumento posee las características psicométricas apropiadas, para la aplicación a trabajadores que se encuentran aburridos, desinteresados o infraexigidos en sus puestos de trabajo y que el instrumento es apto para su propósito por el cual fue diseñado.

4.2 Azabache Alvarado

La segunda investigación es una tesis que se realizó para obtener el grado académico de doctora en psicología de la Escuela de Postgrado en la Universidad César Vallejo, realizada por Karla Adriana Azabache Alvarado.

Esta investigación fue de tipo tecnológico aplicado y de carácter psicométrico, tuvo como objetivo construir y determinar las propiedades psicométricas de la Escala del Síndrome de *Boreout* – ESB en colaboradores adultos de Trujillo, Perú en Abril del 2016. La muestra fue de 480 administrativos de empresas privadas, seleccionada por muestreo de conglomerados, tomando como criterio de inclusión que pertenezcan a empresas privadas, con edades comprendidas de 18 a 69 años, poseer una antigüedad mayor a un año en la institución y puesto, laborar en puestos que demanden permanencia con horarios pre establecidos por la institución, que realicen labores de tipo administrativas y tener acceso a medios de comunicación entre ellos Internet o intranet; mientras que para los criterios de exclusión se presentó negatividad a participar en la investigación, inasistencia a la fase de evaluación y estar en un puesto de mando medio o alto.

El instrumento fue elaborado con base a la teoría de Rothlin y Werder (2007) con la finalidad de evaluar el Síndrome de *Boreout* o aburrimiento en el trabajo. Su aplicación es individual y colectiva a sujetos en situación laboral activa, desde la edad de 18 a 69 años. Su duración aproximada es de 15 a 25 minutos y se efectúa a través de la presentación de 53 enunciados de respuesta múltiple con 6 opciones para marcar, esto con la finalidad de evitar la tendencia a responder la opción del medio o central.

Consta de dos áreas denominadas:

Manifestaciones del estado emocional: Que comprende 3 dimensiones y estrategias conductuales evitativas que incluye 2 dimensiones.

En la primera área las dimensiones son: infraexigencia, con sus indicadores poco trabajo (I) y trabajo muy fácil (II). aburrimiento, cuyos indicadores son inconformidad (III), apatía (IV) y distraimiento (V). desinterés, que tiene como indicadores indiferencia (VI) y desligamiento (VII).

En la segunda área se halla la cuarta dimensión mantener el trabajo alejado con sus indicadores parecer ocupado (VII) y quejarse (IX). La quinta dimensión es conseguir tiempo libre con los indicadores falso uso del tiempo (X) y actividades no laborales (XI). Dicha estructura comprende 11 indicadores en total.

Para los resultados se trabajó con validez de contenido por juicio de 10 expertos y se obtuvieron índices V de Aiken $\geq .90$ en 59 reactivos. La validez de constructo se obtuvo por análisis factorial exploratorio con el método de máxima verosimilitud y rotación oblicua se obtuvieron 11 factores que explican el 51% de la variabilidad y se eliminaron 6 ítems. También se analizaron las correlaciones ítem – ítem y ítem – escala corregido ($.17 < r_{ict} < .60$ y $.35 < r_{ict} < .83$ respectivamente). La confiabilidad por consistencia interna a través del índice Alfa de Cronbach obtuvo en la escala general $\alpha = .90$ y por estabilidad, mediante el test – retest un puntaje $r = .91$ en una muestra de 160 evaluados. Se construyeron baremos percentiles y puntajes tipo T específicos por género y edad, así como puntos de corte y niveles descriptivos bajo, medio y alto en la escala general y sus indicadores. Finalmente, se efectuó un estudio descriptivo en la muestra de 160 colaboradores, en el que se obtuvo un nivel alto de presencia del Síndrome en varones de 18 a 29 años y medio

en los otros grupos de edad en ambos géneros. Se llegó a la conclusión que el instrumento presenta propiedades psicométricas adecuadas para su aplicación en la población de colaboradores adultos de Trujillo en Perú.

4.3 Barrios Carrillo y Velasco Suárez

La tercera investigación es la tesis para obtener el título de licenciadas en psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México, en la facultad de psicología. La cual lleva por nombre, Adaptación de un Instrumento para Medir el Síndrome de aburrimiento al trabajo (*Boreout*) en Población Laboral Mexicana que se realizó por Claudia Rocío Barrios Carrillo y Jessica Berenice Velasco Suárez en el mes de octubre del año 2016.

La cual tuvo como objetivo adaptar el instrumento para medir el Síndrome de *Boreout* de Cabrera (2014), en población mexicana, para observar de qué manera afecta la salud y el desempeño del trabajador. El tipo de estudio fue exploratorio de campo y no probabilístico, la aplicación de dicho instrumento fue a trabajadores con distintos niveles jerárquicos (directivos, mandos medios y operativos) que como requisito tenían que estar laborando en el momento de la aplicación. El instrumento fue aplicado a 100 personas escogidas aleatoriamente en la Ciudad de México, sus edades oscilaban entre 20 y 63 años, de los cuales 49% fueron hombres y el 51% restante fueron mujeres. El 37% eran trabajadores de puestos operativos, el 49% puestos medios y el 14% puestos directivos. El estado civil es de 65% solteros, 30% casados y un 5% en otro tipo de relación. Además, su escolaridad 2% estudiaron hasta secundaria, 29% de bachillerato, el 65% de licenciatura y el 4% de maestría. El sector al que pertenecía la muestra era el 28% público y 72% del privado.

Para el instrumento de medición de Boreout (Síndrome de aburrimiento en el trabajo) de Cabrera Noriega se manejaron tres factores principales: el aburrimiento en el trabajo, el desinterés en el trabajo y la infraexigencia en el trabajo, ellas realizaron nuevos reactivos con estos tres factores, además de crear un nuevo factor a partir de las estrategias Pro-*Boreout* Sobrecarga de Trabajo Imaginaria, que hace referencia a las acciones que el trabajador realiza para simular que está muy ocupado en el trabajo, lo que ocasiona que no se le asignen más tareas y en consecuencia queden inmersos en el síndrome de Boreout, con ello pretende disfrazar su falta de responsabilidad y ocultar la monotonía que le produce su trabajo ante una sociedad que lo vigila.

Para formular los reactivos que formarán parte de este factor, se basaron en las estrategias de Boreout que explican Rothlin y Werder (2007): estrategia de los documentos, pseudoentrega, estrategia de la compresión, estrategia de laminamiento, obstaculización estratégica, estrategia del maletín y el HOL, excursio, pseudoburnout y estrategia del ruido. El tipo de escala utilizada es tipo Likert con cuatro opciones de respuesta: Siempre, Casi Siempre, Casi Nunca y Nunca. Los datos sociodemográficos que se tomaron en cuenta para esta escala fueron: Edad, Género, Puesto u Ocupación que desempeña en la empresa, Escolaridad, Antigüedad en el trabajo actual, Sector para el que trabaja (público o privado).

El instrumento fue aplicado por diferentes medios, 52 instrumentos se aplicaron de forma vivencial en las delegaciones Coyoacán, Cuauhtémoc, Tláhuac y Tlalpan. A otros participantes les fue aplicado en sus centros de trabajo, 36 fueron contestados a través de la página OnlineEncuesta.com. Los 12 restantes fueron a

través de llamadas telefónicas. El tiempo aproximado en que los participantes resolvían el instrumento era de 20 minutos.

Las propiedades psicométricas del instrumento arrojaron un Alfa de Cronbach de 0.81 y una validez consistente en la reducción de un factor en el plan original a partir de 3 factores conformados por 14 reactivos que crearon la versión final del instrumento. Los factores finales son:

Desinterés (3 reactivos). Los cuales son 1, 2 y 3.

Sobrecarga de Trabajo Imaginaria (7 reactivos). Los cuales son: 4, 5, 6, 7, 8, 9, y 10.

Infraexigencia (4 reactivos). Los cuales son: 11, 12, 13 y 14.

Concluyen que el aburrimiento laboral o Síndrome de *Boreout* se puede presentar en cualquier profesión o empresa, por la estructura de los reactivos, este instrumento es aplicable principalmente a gente que trabaja en el área administrativa de una empresa con actividades monótonas que lleguen a provocar desinterés e infraexigencia y así ir estimulando el desarrollo de estrategias Pro-*Boreout*.

Capítulo 5. Método

5.1 Justificación

El Síndrome de *Boreout* es un Síndrome laboral descrito en marzo del 2007 por Rothlin & Werder y que se sabe afecta a un número cada vez mayor de trabajadores de instituciones públicas y empresas privadas, ya que es una situación de aburrimiento crónico en el puesto de trabajo.

Debido a su novedad no hay mucha documentación científica, sin embargo se ha visto en diversos casos que resulta dañino y peligroso, tanto para quien lo padece como para la organización, por la pérdida de recursos económicos y de trabajadores, ya que no se aprovecha al máximo sus capacidades, esto desencadena problemas de salud mental como frustración, depresión, ansiedad, estrés y repercute en la autoestima con malestares consigo mismo, al comprobar que su esfuerzo no sirve de mucho a nivel económico, ni para promocionarse a nivel laboral; además, el trabajador tiene que repetir todos los días en el trabajo las mismas tareas que encuentra sin sentido, todo esto refleja un trabajador aburrido, desinteresado e infraexigido.

5.2 Planteamiento del problema

¿Existe correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en dos grupos de trabajadores?

5.3 Objetivos

Objetivo general

Determinar la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima de los trabajadores que pertenecen a una institución pública y a una empresa privada.

Objetivos específicos

- Medir la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en un grupo de trabajadores de una institución pública.
- Medir la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en un grupo de trabajadores de una empresa privada.
- Determinar si existen diferencias estadísticamente significativas en las puntuaciones de *Boreout* y Autoestima entre los trabajadores de la institución pública y la empresa privada.

5.4 Hipótesis

Hi: Existe correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima entre los trabajadores de la institución pública y empresa privada.

Ho: No existe correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima entre los trabajadores de la institución pública y empresa privada.

Ha₁: Existe diferencia estadísticamente significativa en los puntajes de *Boreout* y Autoestima de una muestra de trabajadores de una institución pública y una muestra de trabajadores y en una empresa privada.

Ha₂: No existe diferencia estadísticamente significativa en los puntajes de *Boreout* y Autoestima de una muestra de trabajadores de una institución pública y una muestra de trabajadores y en una empresa privada.

5.5 Variables y Definiciones

5.5.1 Variables Independientes

V.I.1 Institución Pública

V.I.2 Empresa privada

5.5.2 Definición conceptual de las variables independientes

V.I.1 Institución Pública

Es una organización económica que se forma con la aportación de capitales públicos o estatales debido a la necesidad de intervención del Estado en la economía, con el objeto de cubrir actividades o áreas en las cuales los particulares no están interesados en participar porque no se obtienen ganancias. El Estado crea instituciones con el fin de satisfacer las necesidades sociales e impulsar el desarrollo socioeconómico.

V.I.2 Empresa privada

La empresa privada es una organización económica que representa la base del capitalismo y se forma con aportaciones privadas de capital.

5.5.3 Definición operacional de las variables independientes

V.I.1 Institución Pública

V.I.2 Empresa privada

Para poder aplicar la Escala de Boreout y el Inventario de Autoestima de Coopersmith en la empresa privada, los participantes debían cumplir los requisitos de la ficha de identificación que consta de siete puntos (anexo1).

5.5.4 Variables Dependientes

V.D.1 Síndrome de *Boreout*

V.D.2 Autoestima

5.5.5 Definición conceptual de las variables dependientes

V.D.1 Síndrome de Boreout

El Síndrome de *Boreout* es un Síndrome laboral que consiste de tres elementos: Aburrimiento: El empleado presenta desgano durante todo el día y buena parte de su jornada laboral esto se debe a las actividades monótonas tediosas y sin sentido que le asignan, Desinterés: Es la ausencia de identificación con el trabajo, el colaborador puede representarlo por todo lo que la empresa le delega no preocupándose ni interesándole promociones o ascensos dentro de la organización e Infraexigencia: Es el sentimiento ante la capacidad de poder rendir más en el trabajo de aquello que le exige la empresa o su superior, el trabajador se siente frustrado porque sus habilidades superan las tareas que le son asignadas (Rothlin & Werder, 2011).

V.D.2 Autoestima

La Autoestima es la evaluación que el individuo hace y mantiene por costumbre sobre sí mismo, expresa una actitud de aprobación e indica el grado en que el individuo se cree capaz, importante, exitoso y valioso (Coopersmith, 1967).

5.5.6 Definición operacional de las variables dependientes

V.D.1 Síndrome de Boreout

Se utilizó el instrumento para medir el Síndrome de aburrimiento al trabajo (*Boreout*) en población laboral de Barrios Carrillo y Velasco Suárez (2016). Este instrumento fue elaborado con base en el instrumento de Cabrera Noriega (2014, citado por Barrios Carrillo y Velasco Suárez, 2016), para los tres primeros factores (aburrimiento en el trabajo, desinterés en el trabajo e infraexigencia en el trabajo), y en las estrategias de *Boreout* que explican Rothlin y Werder (2011) para un cuarto factor (sobre carga de trabajo imaginaria). El instrumento arrojó tres factores:

Infraexigencia en el trabajo (4 Items 11, 12, 13, y 14).

Desinterés en el trabajo (3 Items 1, 2, y 3).

Sobrecarga de Trabajo Imaginaria (7 Items 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10).

V.D.2 Autoestima

Está compuesto por 25 ítems entre los cuáles se encuentran reactivos verdaderos y falsos, generando puntajes totales, así como puntajes separados, la validez del instrumento arrojó tres Subescalas:

Si mismo general (13 Items 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 23, 24 y 25).

Social (6 Items 2, 5, 8, 14, 17, y 21).

Familiar (6 Items 6, 9, 11, 16, 20 y 22).

5.6 Muestra

- 60 sujetos pertenecientes a la institución pública
 - Pertenecientes al departamento de Recursos Materiales.
 - Pertenecientes al departamento de Contaduría.
 - Pertenecientes al departamento de Recursos humanos.
 - Pertenecientes al departamento de Adquisiciones.
 - Pertenecientes al departamento de Ayudantes.
 - Que tengan funciones administrativas u Operativas.
 - Laboren en la misma institución pública con antigüedad mínima de un año en el puesto.
- 60 pertenecientes a la empresa privada.
 - Pertenecientes al departamento de Área comercial.
 - Pertenecientes al departamento de Nominista.
 - Pertenecientes al departamento de Capital humano.
 - Pertenecientes al departamento de Infraestructura.
 - Pertenecientes al departamento de Operaciones.
 - Que tengan funciones administrativas u operativas.
 - Laboren en la misma empresa privada con antigüedad mínima de un año en el puesto.

5.7 Muestreo

No probabilístico

Sujetos voluntarios que cumplieron con el requisito de estar laborando actualmente en una institución pública y en una empresa privada dedicadas a la administración de servicios, con antigüedad de un año en el puesto.

5.8 Diseño de investigación

No experimental/tipo transversal

Es no experimental porque no se va a manipular la variable independiente y es transversal porque sólo se realizará una medición en el grupo.

5.9 Tipo de estudio

Correlacional

Porque pretende ver la relación que existe entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima.

Comparativa

Busca establecer si hay diferencias entre las muestras en cuanto al Síndrome de *Boreout* y la Autoestima.

5.10 Materiales y/o instrumentos

- Escala de *Boreout*.

Este instrumento fue elaborado con base en el instrumento de Cabrera Noriega (2014, citado por Barrios Carrillo y Velasco Suárez, 2016), para los tres primeros factores:

Infraexigencia en el trabajo (4 Items 11, 12, 13, y 14): Es el sentimiento ante la capacidad de poder rendir más en el trabajo de aquello que le exige la empresa o su superior, el trabajador se siente frustrado porque sus habilidades superan las tareas que le son asignadas.

Desinterés en el trabajo (3 Items 1, 2, y 3): Ausencia de identificación con el trabajo; el colaborador puede representar desinterés por todo lo que la empresa representa no preocupándose ni interesándole promociones o ascensos dentro de la organización, aburrimiento en el trabajo: El empleado presenta desgano durante todo el día y buena parte de su jornada laboral esto se debe a las actividades monótonas tediosas y sin sentido que le asignan) y en las estrategias de *Boreout* que explican Rothlin y Werder (2007) ellas anexaron un cuarto factor a partir de las estrategias *Pro-Boreout* mencionadas en el artículo de Cabrera.

Sobrecarga de Trabajo Imaginaria (7 Items 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10): Hace referencia a las acciones que el trabajador realiza para simular que está muy ocupado en el trabajo, lo que ocasiona que no se le asignen más tareas con ello pretende disfrazar su falta de responsabilidad y ocultar la monotonía que le produce su trabajo. estrategias de *Boreout* que explican Rothlin y Werder (2007): estrategia de los documentos, seudoentrega, estrategia de la compresión, estrategia de laminamiento, obstaculización estratégica, estrategia del maletín y el HOL, excursión, seudoburnout y estrategia del ruido.

El tipo de escala utilizada es tipo Likert de cuatro opciones de respuesta desde: siempre, casi siempre, casi nunca y nunca. El puntaje máximo es de 56 y se

califica de manera directa.

Los intervalos para cada categoría de *Boreout* son:

14-21	Nivel de <i>Boreout</i> Muy Bajo.
22-28	Nivel de <i>Boreout</i> Bajo.
29-42	Nivel de <i>Boreout</i> Normal.
43-49	Nivel de <i>Boreout</i> Alto.
50-56	Nivel de <i>Boreout</i> Muy Alto.

Las propiedades psicométricas del instrumento arrojan un Alfa de Cronbach de 0.81 y una validez consistente en la reducción de un factor en el plan original de cuatro factores quedando los factores definitivos de la siguiente manera infraexigencia en el trabajo, desinterés en el trabajo y sobre carga de trabajo imaginaria, reduciéndose el número de reactivos a 14.

- Inventario de Autoestima de Coopersmith para adultos (1993).

Está compuesto por 25 ítems entre los cuáles se encuentran reactivos verdaderos y falsos, generando puntajes totales, así como puntajes separados, la validez del instrumento arrojó tres Subescalas:

Si mismo general (13 Items 1, 3, 4, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 23, 24 y 25): El cual refieren a las actitudes que presenta el sujeto frente a su autopercepción y propia experiencia valorativa sobre sus características físicas y psicológicas.

Social (6. Items 2, 5, 8, 14, 17 y 21): Se encuentra construido por ítems que refieren las actitudes del sujeto en el medio social enfrente a sus compañeros o

amigos. Así como sus referentes a las vivencias en el interior de instituciones educativas o formativas y las expectativas en relación a su satisfacción de su rendimiento académico o profesional.

Familiar (6 Items 6, 9, 11, 16, 20 y 22): Expone ítems en los que se hace referencia a las actitudes y/o experiencias en el medio familiar con relación a la convivencia.

La prueba se encuentra diseñada para medir las actitudes valorativas en adultos.

El puntaje máximo es de 100. Cada respuesta vale un punto, así mismo un puntaje total de autoestima resulta de la suma de los totales de las Subescalas multiplicadas por 4 (cuatro). La calificación es un procedimiento directo, el sujeto debe responder de acuerdo a la identificación que se tenga o no con la afirmación en términos de Verdadero (Tal como a mí) o Falso (No como a mí).

Los intervalos para cada categoría de autoestima son:

0-24	Nivel de Autoestima Bajo.
25-49	Nivel de Autoestima Medio bajo.
50-74	Nivel de Autoestima Medio alto.
75-100	Nivel de Autoestima Alto.

Las propiedades psicométricas del inventario arrojan un índice de confiabilidad obtenido para la escala completa de 0.81 empleando el Alfa de Cronbach.

5.11 Escenario

Se llevó a cabo en una institución pública y en una empresa privada dedicadas a la administración de servicios.

5.12 Procedimiento

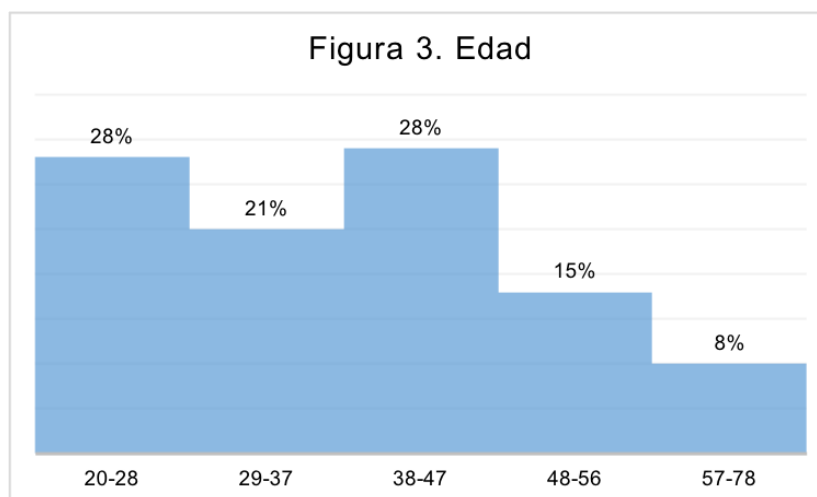
- Se buscó información acerca del Síndrome de *Boreout* en fuentes impresas y electrónicas.
- Se buscó información acerca de la Autoestima en fuentes impresas y electrónicas.
- Se solicitó autorización y permisos pertinentes en la institución pública y en la empresa privada presentando el proyecto de aplicación para su valoración.
- Se llevó a cabo la selección de participantes que reunieron los requisitos antes mencionados.
- Se comentó a los participantes en qué consistía el proyecto y cual importante sería su colaboración en este.
- Se realizó la aplicación de los cuestionarios (Síndrome de *Boreout* y Autoestima).
- Se calificó y analizó la información obtenida de los cuestionarios.
- Se discutieron los resultados versus lo que se sabe hasta el momento del Síndrome de *Boreout* y la Autoestima.
- Se concluyó sobre los hallazgos encontrados en dicha investigación.

Capítulo 6. Análisis de resultados

En este capítulo se presentan los resultados en la aplicación de los instrumentos de Escala de *Boreout* e Inventario de Autoestima de Coopersmith para Adultos. La muestra de este estudio estuvo conformada por 120 participantes. Se recabaron datos socio-demográficos, así como los resultados de *Boreout* y Autoestima, para realizar un análisis descriptivo comparativo y correlacional mediante estadística descriptiva (Media, Mediana y Desviación Estándar), t de Student, para comparar los resultados en ambos grupos y finalmente la r de Pearson para determinar el nivel de relación entre las variables estudiadas de *Boreout* y Autoestima.

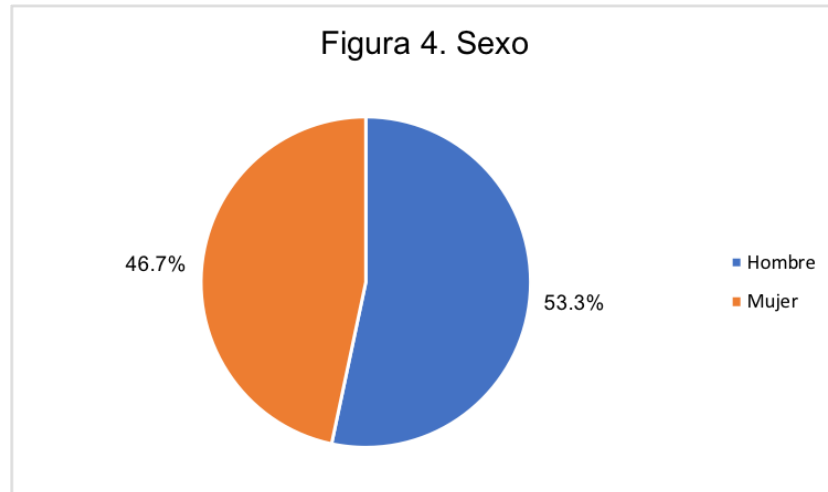
6.1 Análisis Descriptivo

6.1.1 Datos socio-demográficos

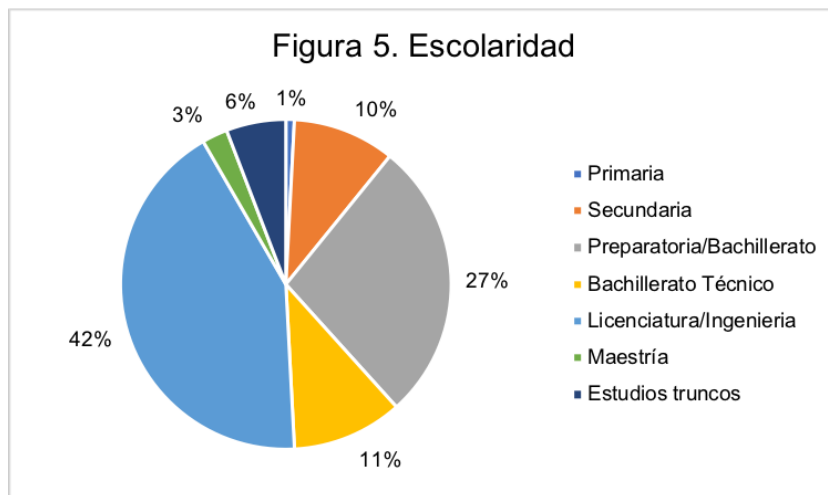


Como se puede observar en la Figura 3, el mayor número de participantes se encuentra en dos rangos de edad, los cuales son 20-28 y 38-47 equivalente al

28% cada uno, enseguida el 21% corresponde a la edad de 29-37, el 15% a 48-56 y para finalizar con el 8% de 57-78 años.

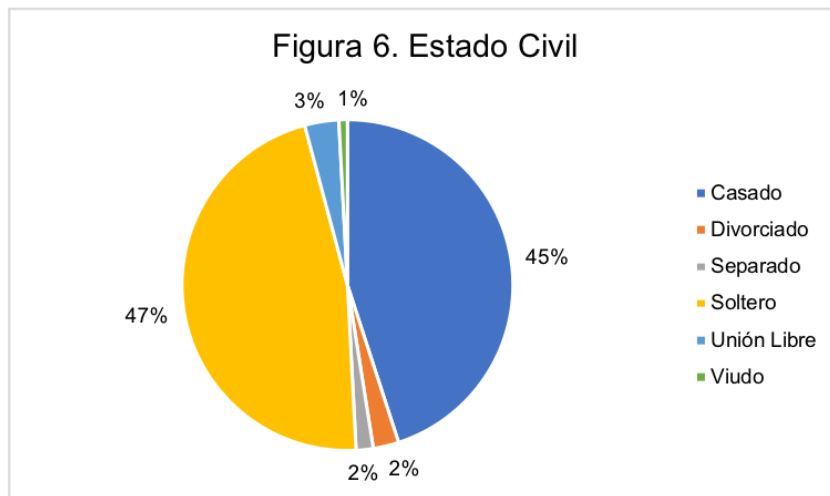


En la Figura 4 se observa que la muestra está constituida por 64 hombres que cubren el 53.3% de la población, mientras que la participación de las mujeres es de 56, equivalente al 46.7%.

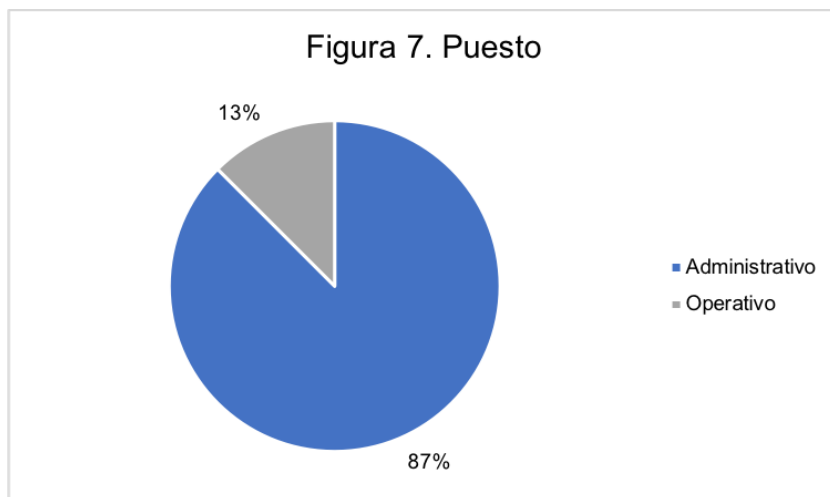


La escolaridad que predomina en la muestra es licenciatura e ingeniería con el 42%, seguido de preparatoria y bachillerato con el 27%, bachillerato técnico con

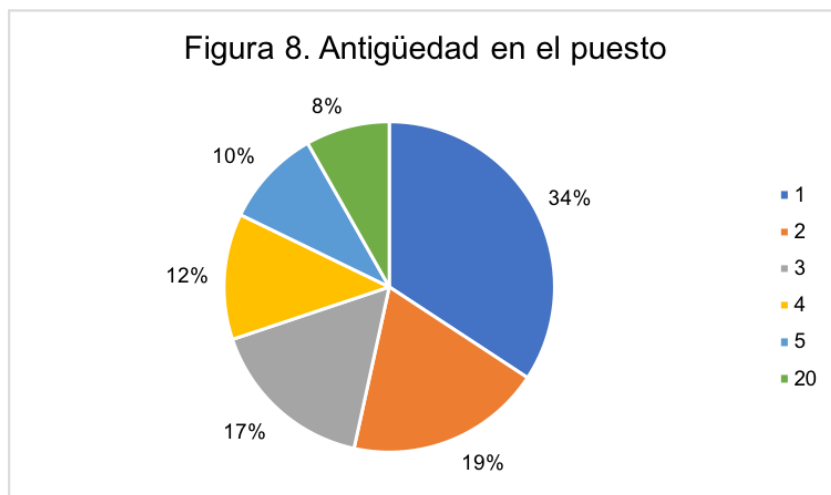
el 11%, secundaria con el 10%, estudios truncos con el 6%, maestría con el 3% y por último primaria, correspondiente al 1% (Ver Figura 5).



Como se puede percibir en la Figura 6, prevalecen las personas solteras ubicándose con el 47%, mientras que los casados registran un 45%, siguiéndoles las personas divorciadas y en unión libre con un 3% cada uno, por otra parte, las personas separadas equivalen al 2%, y el 1% se encuentra viudo.



En la Figura 7 se muestra que el 87% del total desempeña funciones administrativas y el 13% realiza funciones operativas.



En la Antigüedad de puesto (Figura 8), se encontró que el 34% de las personas lleva un año laborando, enseguida el 19% corresponde a 2 años, mientras que el 17% representa 3 años, el 12% equivale a 4 años, el 10% es proporcional a 5 años y para finalizar el 8% tiene una antigüedad en su puesto de 20 años.

6.1.2 Variable independiente *Boreout* y Variable dependiente *Autoestima*

Tabla 1. Estadísticos de *Boreout* y *Autoestima*

	Boreout Pública	Boreout Privada	Autoestima Pública	Autoestima Privada
Media	21.43	23.13	83.40	80.47
Mediana	21.00	23.00	84.00	84.00
Moda	23	23	96	84
Desv. Estándar	3.553	3.563	13.931	15.607

La estadística descriptiva de las variables se aprecia en la Tabla 1. En la cual se observa que la institución pública y empresa privada presentan una media similar entre las variables de *Boreout*, destacando que solo en la variable de *Autoestima* la

media es mayor por 2.93 puntos en la institución pública. En cuanto a la moda se aprecia que en Boreout es la misma en ambas y para la Autoestima se observa la institución pública por arriba de la empresa privada.

6.1.3 Comparación de medias muestrales

Iniciaremos con la comparación por Factores y Subescalas de ambas muestras (ver tablas 2, 3, 4 y 5).

Tabla 2. Prueba t por Factores de *Boreout*

		Media	Desv. Estándar	Desv. Error promedio
Sobre Carga	Pública	11.40	1.806	.233
	Privada	12.62	2.401	.310
Infraexigencia	Pública	5.27	1.425	.184
	Privada	5.53	1.321	.171
Desinterés	Pública	4.77	1.332	.172
	Privada	5.12	1.354	.175

Respecto al Boreout en los Factores de la muestra total, se encontró que en sobre carga la media fue de 11.40 y la desviación estándar de 1.806 en la institución pública, mientras que para la media de la empresa privada fue de 12.62 y la desviación estándar de 2.401. En infraexigencia la media fue de 5.27 y la desviación estándar de 1.425 institución pública, para la media de la empresa privada fue de 5.53 y una desviación estándar de 1.321. Para finalizar con esinterés que obtuvo una media de 4.77 y la desviación estándar de 1.332 institución pública y la media de la empresa privada fue de 5.12 y una desviación estándar de 1.354.

6.2 Estadística Inferencial

6.2.1 Pruebas t

En lo que corresponde a las diferencias estadísticamente significativas entre ambas muestras se realizó una prueba t de Student de muestras independientes, los resultados se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6. t de Student

		prueba t para la igualdad de medias		
		t	gl	Sig. (bilateral)
Boreout	Se asumen varianzas iguales	-2.617	118	.010
	No se asumen varianzas iguales	-2.617	117.999	.010
Autoestima	Se asumen varianzas iguales	1.086	118	.280
	No se asumen varianzas iguales	1.086	116.510	.280

En relación a la Autoestima puede concluirse que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias de ambas muestras ($p = .280$), mientras que en cuanto al *Boreout*, se encontró que si existen diferencias estadísticamente significativas entre ambas muestras ($p = .010$).

A continuación, se hará el análisis inferencial de los Factores y Subescalas de ambas variables.

Con el objetivo de detectar si hubo diferencias estadísticamente significativas entre las muestras del estudio (institución pública y empresa privada), se realizó el análisis de prueba t por Factores y Subescalas, en el cual se encontró que la t calculada de desinterés fue de -1.427 y el nivel de significancia bilateral fue de .156

mientras que para la infraexigencia la t calculada presenta -1.063 y el nivel de significancia fue .290, por lo tanto no presentaron diferencias estadísticamente significativas (Ver Tabla 3).

Tabla 3. Prueba t muestras independientes por Factores de *Boreout*
prueba t para la igualdad de medias

		t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
Sobre Carga	Se asumen varianzas iguales	-3.137	118	.002	-1.217	.388
	No se asumen varianzas iguales	-3.137	109.564	.002	-1.217	.388
Infraexigencia	Se asumen varianzas iguales	-1.063	118	.290	-.267	.251
	No se asumen varianzas iguales	-1.063	117.332	.290	-.267	.251
Desinterés	Se asumen varianzas iguales	-1.427	118	.156	-.350	.245
	No se asumen varianzas iguales	-1.427	117.969	.156	-.350	.245

En el caso del factor de Sobre Carga, la t calculada fue de -3.137, con una significancia bilateral de .002, por ende, si hubo diferencias estadísticamente significativas entre ambas muestras, correspondiendo el mayor puntaje de Sobre Carga a la empresa privada.

Tabla 4. Prueba t por Subescalas de Autoestima

		Media	Desv. Estándar	Desv. Error promedio
Si Mismo	Pública	11.20	2.153	.278
	Privada	11.03	2.147	.277
Social	Pública	4.70	1.197	.155
	Privada	4.55	1.281	.165
Familiar	Pública	4.95	1.080	.139
	Privada	4.53	1.142	.147

Respecto a las Subescalas de Autoestima en ambas muestras, se encontró que en la Subescala de Si Mismo la media fue de 11.20 y la desviación estándar de 2.153 en la institución pública, mientras que para la media de la empresa privada fue de 11.03 y la desviación estándar de 2.147.

En Social la media fue de 4.70 y la desviación estándar de 1.197 institución pública, para la media de la empresa privada fue de 4.55 y una desviación estándar de 1.281. Para finalizar, la Subescala Familiar de la muestra de institución pública obtuvo una media de 4.95 y una desviación estándar de 1.080, mientras que la empresa privada tuvo una media de 4.53 y una desviación estándar de 1.142.

Tabla 5. Prueba t muestras independientes por Subescalas de Autoestima
prueba t para la igualdad de medias

		t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar
Si Mismo	Se asumen varianzas iguales	.425	118	.672	.167	.393
	No se asumen varianzas iguales	.425	117.999	.672	.167	.393
Social	Se asumen varianzas iguales	.663	118	.509	.150	.226
	No se asumen varianzas iguales	.663	117.465	.509	.150	.226
Familiar	Se asumen varianzas iguales	2.053	118	.042	.417	.203
	No se asumen varianzas iguales	2.053	117.638	.042	.417	.203

Con el objetivo de detectar si hubo diferencias estadísticamente significativas se realizó el análisis de prueba t por Subescalas en la cual se encontró que la t calculada de Si Mismo fue de .425 y el nivel de significancia bilateral fue de .672 mientras que para la Subescala Social la t calculada presenta .663 y el nivel de significancia fue .509 por lo tanto no presentan diferencias estadísticamente significativas.

En cuanto a la Subescala Familiar, la t calculada fue de 2.053 con una significancia bilateral de .042, por ende, si hubo diferencias estadísticamente significativas correspondiendo la media mayor a la institución pública.

6.2.2 Correlación entre las variables

A continuación, se presentan los datos del análisis de correlación de Pearson

La correlación de Pearson de las variables en ambas muestras se observa en la Tabla 7.

Tabla 7. Correlación entre *Boreout* y Autoestima

		Boreout Pública	Boreout Privada	Autoestima Pública	Autoestima Privada
Boreout Pública	Correlación de Pearson	1	.093	-.454	-.146
	Sig. (bilateral)		.479	.000	.267
Boreout Privada	Correlación de Pearson	.093	1	-.180	-.412
	Sig. (bilateral)	.479		.169	.001
Autoestima Pública	Correlación de Pearson	-.454	-.180	1	.168
	Sig. (bilateral)	.000	.169		.198
Autoestima Privada	Correlación de Pearson	-.146	-.412	.168	1
	Sig. (bilateral)	.267	.001	.198	

Los resultados de la tabla muestran que sí existe una correlación moderada y negativa entre *Boreout* y Autoestima en la muestra de los trabajadores de la institución pública ($r = -.454$, $p = .000$) y en la muestra de trabajadores de la empresa privada ($r = -.412$, $p = .001$). Así, en ambas muestras ocurre que mientras el *Boreout* sube la Autoestima baja y viceversa.

En este capítulo se analizaron los resultados arrojados por los instrumentos que se aplicaron de la Escala de *Boreout* e Inventario de Autoestima de Coopersmith para Adultos, en el siguiente capítulo se procederá a la discusión.

Capítulo 7. Discusión

En el presente capítulo se llevará a cabo la discusión de los resultados obtenidos en el estudio.

La falta de investigaciones relacionadas con el Síndrome de *Boreout* fue una limitante, sin embargo derivado de ello se llevo a cabo la discusión con la comparación de los elementos teóricos propuestos por los principales autores y las características que presentan los trabajadores.

Durante la investigación se midió la correlación entre las variables de *Boreout* y Autoestima con el fin de conocer la relación que existía entre ellas y la forma que influyen una sobre la otra. Según Rothlin & Werder (2011), el *Boreout* no surge de un momento a otro y cualquier trabajador puede padecerlo, aunque algunos están más propensos que otros.

Para empezar, se presentaron puntajes por debajo del percentil 50 de *Boreout* en ambas muestras de la investigación, lo que para Rothlin & Werder (2011) significa que una presencia reducida de la variable puede tener consecuencias positivas. Es lógico pensar que estos resultados indican que períodos cortos de aburrimiento, desinterés e infraexigencia, pueden crear un espacio dentro del trabajo para la creatividad o socializar dentro de la empresa.

Aunado a lo anterior, Labath (2015) afirma que un poco de aburrimiento en el trabajo es saludable, ya que permite que las personas desarrollen su creatividad, socialicen con sus compañeros y piensen acerca de qué tipo de trabajo les gustaría desarrollar.

La institución pública con la que se trabajó que fue la SEP, no se cuenta con información de primera mano o con algún elemento fidedigno para constatar los niveles de productividad, competitividad o desempeño entre otras instituciones públicas ya que el gobierno no realiza este tipo de estudios.

En cuanto a la empresa privada con la que se tuvo contacto para realizar la investigación fue BNI Estacionamientos, dentro de su giro esta ubicada entre las tres mejores de la CDMX, es una organización con fines de lucro que se ha mantenido a través de su crecimiento y expansión.

Las principales empresas dentro del rubro, que compiten contra BNI son: CENTRAL y RANVER siendo esta última la más antigua en el ramo de estacionamientos.

Sin embargo lo propuesto por los autores está presente en ambas instituciones con las cuales se realizó el estudio.

Referente a la Autoestima de ambos grupos, se observa que es alta, ya que en la institución pública se tiene una media de 83.40, mientras que para la empresa privada es de 80.47, por lo que puede afirmarse que las principales características encontradas en el personal de ambas organizaciones, de acuerdo a Campos y Muñoz (1992, citados por Romero & Jaramillo, 2010), son que estas personas saben identificar y expresar sus emociones, siempre expresan su opinión, conocen las cosas que pueden hacer bien y en las que deben mejorar, por tal motivo se sienten bien consigo mismas.

A las personas con elevada autoestima les gustan los retos, son creativos, originales, inventan cosas, se interesan por realizar tareas desconocidas, aprenden actividades nuevas, se aventuran en nuevas actividades

En cuanto a las estrategias *Pro-Boreout*, no son más que las acciones que el trabajador emprende para simular que está abrumado por el trabajo, por lo cual no se le asignan más tareas, y como consecuencia perpetúa dicho Síndrome (Cabrera Noriega, 2014).

En lo que toca a los tres factores del Síndrome de *Boreout* hay mayor presencia en el factor de Sobrecarga de Trabajo Imaginaria en la empresa privada con la *t* calculada de -3.137, con una significancia bilateral de .002, lo cual implica que sí hubo diferencias estadísticamente significativas entre ambas muestras. Esto se refiere a la labor que el trabajador realiza para fingir que está ocupado en sus actividades y de esta manera no se le asignen más tareas, con esto pretende disfrazar su falta de responsabilidad, ocultar lo monótono y rutinario que se le hace su trabajo (Barrios Carrillo y Velasco Suárez, 2016). El ejercicio de estadística inferencial muestra que estos comportamientos aparecen en menor medida en la institución pública.

Aunque no hubo en general una diferencia estadísticamente significativa en cuanto a la Autoestima sí se presentó diferencia en una de las Subescalas, la Familiar, con una *t* calculada fue de 2.053 con una significancia bilateral de .042, por ende, corresponde a la media mayor de la institución pública, haciendo referencia a las actitudes y/o experiencias en el medio familiar con relación a la convivencia.

Las diferencias en términos a la subescala mencionada pudieran relacionarse con la importancia que tiene para la educación especial el trabajo con las familias de los estudiantes, lo cual podría suponer una mayor sensibilidad con

respecto al tema en la población de la institución gubernamental, pero habría que realizar una investigación formal para establecer dicha relación.

Con esto podemos concluir el presente capítulo, en el cual el principal objetivo fue la discusión de los resultados obtenidos durante la investigación, así como las principales relaciones entre las variables estudiadas.

En el siguiente capítulo se hablará de las conclusiones de la investigación llegando al final de la misma.

Capítulo 8. Conclusiones

En este capítulo se reunirán las conclusiones del estudio, con base en los objetivos.

El objetivo general de esta investigación fue determinar la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima de los trabajadores que pertenecen a una institución pública y a una empresa privada. En cuanto a los resultados obtenidos se puede confirmar que sí existe una correlación moderada y negativa entre *Boreout* y Autoestima en la muestra de los trabajadores de la institución pública y en la muestra de trabajadores de la empresa privada. Así, en ambas muestras ocurre que mientras el *Boreout* sube la Autoestima baja y viceversa.

Respecto a los objetivos específicos, se puede concluir que al medir la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en un grupo de trabajadores de una institución pública, se demostró que sí existe correlación estadísticamente significativa entre *Boreout* y Autoestima ($r = -.454$, $p. .000$).

Dicho lo anterior y abordando el segundo objetivo específico, el cual fue medir la correlación entre el Síndrome de *Boreout* y la Autoestima en un grupo de trabajadores de una empresa privada, se halló que si existe correlación estadísticamente significativa entre *Boreout* y Autoestima en la muestra de los trabajadores de la empresa privada ($r = -.412$, $p. .001$).

Por último, se cumplió el objetivo de determinar si existen diferencias estadísticamente significativas en las puntuaciones de *Boreout* y Autoestima entre

los trabajadores de la institución pública y la empresa privada, afirmando que en este objetivo se encontró que sí, existe diferencia estadísticamente significativa en la media de la empresa privada en el Factor de *Boreout* denominado Sobrecarga de Trabajo Imaginaria, donde las personas aparentan tener una carga de trabajo intensa y de esta manera buscan no ser requeridos para que se les asignen más tareas, esto se aprecia en los reactivos 4, 5, 6, 7, 8, 9, y 10 (ver Anexo 1).

Mientras que, para la institución pública se localizo en la Subescala Familiar de Autoestima, donde las personas no se dan por vencidas fácilmente, los comprenden y sienten que su familia los toma en cuenta en sus decisiones, esto se aprecia en los reactivos 6, 9, 10, 16, 20, y 22 ver (anexo 1).

A modo de sugerencia y derivado de la falta de investigaciones que estudien este constructo, habrá que investigar que están haciendo las instituciones públicas y empresas privadas para que los trabajadores no presenten *Boreout*, así como ampliar la investigación correlacional y causal con otras variables psico laborales como: el desempeño laboral, satisfacción laboral y calidad de vida laboral.

Aunado a lo anterior, sería de suma importancia que se trabajara en la estandarización de la Escala de *Boreout* para población mexicana laboralmente activa, que se fomentara que las instituciones públicas y empresas privadas tomaran en cuenta el estado emocional de su personal, mediante la aplicación de dicha Escala.

Para finalizar se sugiere hacer un instrumento o trabajo observacional de diagnóstico a los candidatos para que observacionalmente se puedan identificar de acuerdo a las tipologías que mencionan los autores.

En cuanto a las limitaciones de este estudio, ya se menciono la carencia de investigaciones relacionadas al Síndrome de *Boreout*, por lo que la información con la que se cuenta es escasa.

Finalmente, con el presente trabajo se buscó sensibilizar y dar a conocer a todas aquellas instituciones públicas y empresas privadas que constantemente van apareciendo más enfermedades y riesgos psicosociales, esto se debe tener siempre presente y que no pase desapercibido, ya que los cambios que sufren los trabajadores durante la presencia del Síndrome de *Boreout*, son a nivel emocional, llegando a traer consigo complicaciones de leves a severas tanto psicológicas, como familiares, laborales y pérdidas monetarias tanto a instituciones como a empresas.

Referencias

- Aamodt, M. G. (2010). *Psicología Industrial/Organizacional. Un Enfoque Aplicado*. México: Cengage Learning.
- Acosta, R. P. (2004). La Autoestima en la Educación. *Limite*, 82-95.
- Aladro, E. (2005). El Yo Espejo. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 13-26.
- Alles, M. (2005). *Desempeño por Competencias: Evaluación 360°*. Buenos Aires: Granica.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and Growth in Personality*. New York: Rinehart and Winston.
- Andía, J. (3 de Abril de 2018). *Psicología de la Comunicación Organizacional*. Obtenido de Psicología Organizacional: www.psico7.galeon.com/archivos/rolorg.doc
- Apud, E., & Meyer, F. (2003). La Importancia de la Ergonomía para los Profesionales de la Salud. *Ciencia y Enfermería*, 15-20.
- Artazcoz, L. (2002). La Salud Laboral Ante los Retos de la Nueva Economía. *Gac Sanit*, 459-461.
- Bednar, R. L., & Peterson, S. R. (1996). *Paradoxes and Innovations in Clinical Theory and Practice*. Washington: American Psychological Association.
- Bergmann, F. (2004). *Neue Arbeit, Neue Kultur*. Alemania: Arbor Verlag Freiamt im Schwarzwald.
- Blanch, J. R., Espuny, M. T., Gala, C. D., & Martín, A. A. (2003). *Teoría de las Relaciones Laborales. Fundamentos*. Barcelona: Uoc.
- Bosson, J. K. (2006). Conceptualization, Measurement, and Functioning of Nonconscious Self-Esteem. Export EXPORT Add To My List Email Print Share. *Self-Esteem Issues and Answers A Sourcebook on Current Perspectives*, 53-59.
- Branden, N. (1994). *El Poder de la Autoestima*. Barcelona: Paidós.
- Branden, N. (1995). *Los Seis Pilares de la Autoestima*. Barcelona: Paidós.
- Branden, N. (2010). *Cómo Mejorar su Autoestima*. Barcelona: Paidós.
- Cabrera, L. N. (2014). Síndrome de Boreout: Diseño, Confiabilidad y Validación Preliminar de un Instrumento para su Medición. *Salud de la Universidad Industrial de Santander*, 259-265.
- Chiang, M. V., Heredia, S. G., & Santamaría, E. F. (2017). Clima Organizacional y Salud Psicológica: Una Dualidad Organizacional. *Dimensión empresarial*, 63-76.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La Dinámica del Éxito en las Organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Cloninger, S. C. (2003). *Teorías de la Personalidad*. México: Prendice Hall.
- Dejours, C. (2009). El Desgaste Mental en el Trabajo. Madrid: Modus Laborandis. *Cuaderno de Relaciones Laborales*, 493-496.
- Derobertis, M. E. (2014). Adler's Individual Psychological Approach to Education and Pedagogy. *Encyclopedia of educational Theory and Philosophy*, 411-413.
- Díaz, L. V. (1998). *Psicología del Trabajo y las Organizaciones. Concepto, Historia y Método*. La Laguna.

- Diclemente, D. F., & Huantula, D. A. (27 de Marzo de 2018). *Science for a Smarter Workplace*. Obtenido de Society for Industrial and Organizational Psychology: <http://www.siop.org/tip/backissues/tipapril00/7diclemente.aspx>
- Dolan, S. L., García, S., & Díez, M. P. (2005). *Autoestima, Estrés y Trabajo*. España: Mc Graw Hill.
- Dunnette, M. D., & Kirchner, W. K. (2007). *Psicología Industrial*. México: Trillas.
- Duque, J. C., González, C. C., & García, M. S. (2014). Outsourcing y Business Process Outsourcing Desde la Teoría Económica de la Agencia. *Entramado*, 12-29.
- Elizalde, R., Mollo, M., & Flores, J. V. (2010). Psicología Organizacional: Aplicación en la Vida Profesional. *Investigación en Psicología*, 243-248.
- Empretec. (20 de Marzo de 2018). Obtenido de Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo. Programa Empretec Guía del empresario: http://empretec.unctad.org/wp-content/uploads/2015/09/EG_spa.compressed.pdf
- Enciso, E. F., & Perilla, L. T. (2004). Visión Retrospectiva, Actual y Prospectiva de la Psicología Organizacional. *Acta colombiana de Psicología*, 5-22.
- Enríquez, Á. M., & Castañeda, D. Z. (2006). Estado Actual de la Investigación en Psicología Organizacional y del Trabajo en Colombia. *Acta colombiana de psicología*, 77-85.
- Foster, L. T. (27 de Marzo de 2018). *Science for a Smarter Workplace*. Obtenido de Society for Industrial and Organizational Psychology: <http://www.siop.org/tip/april11/11thompson.aspx>
- García, M. S. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una Aproximación Conceptual. *Cuadernos de Administración*, 43-61.
- García, T. R. (2002). La Psicología Industrial/Organizacional (P I/O) ¿Para qué? o Apuntes Sobre la Historicidad de la P I/O para un Análisis Discursivo en la era Postrabajo. *Psychikós*, 1-28.
- Gates, B. (2000). Los Negocios en la Era Digital. *Región y Sociedad*, 193-201.
- Gil, E. R. (2002). Identidad y Nuevas Tecnologías: Repensando las Posibilidades de Intervención para la Transformación Social. *UOC*, 1-15.
- Gómez, M. A. (2015). Sobre la Psicología Organizacional y del Trabajo en Colombia. *Colombiana de Ciencias Sociales*, 131-153.
- González Arratia, N. (2001). *La Autoestima Medición y Estrategias de Intervención a través de una Experiencia en la Reconstrucción del ser*. México: Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.
- James, W. (1980). *The Principles Of Psychology*. New York: Dover Publications.
- Labath, L. M. (25 de Noviembre de 2015). *Boreout, el Síndrome del Aburrimiento*. Obtenido de Asociación Educar para el Desarrollo Humano: <https://asociacioneducar.com/aburrimiento-boreout>
- Le Roy, G. C. (1972). *El Concepto de Alienación*. Barcelona: Península.
- León, F. R. (2013). Las Psicologías del Área Social-Organizacional en el Perú: 2003-2012. *Psicología Lima*, 177-226.
- Lera, M. (2007). Programa Golden 5: Una intervención psicoeducativa. *Universidad de Sevilla*, 1-15.
- López, M. E., & González, M. M. (2013). *Autoestima e Inteligencia Emocional en los Niños*. Colombia: Ediciones Gamma.

- Mastretta, G. V. (2006). *Psicología del Trabajo en la Organización*. México: Limusa.
- Miranda, C. (2005). La Autoestima Profesional: Una Competencia Mediadora para la Innovación en las Prácticas Pedagógicas. *REICE Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 858-873.
- Molina, O. H. (2010). ¿Es el “Bore-Out” o “Aburrimiento Crónico en el Trabajo” un Emergente Riesgo Psicosocial? *Prevención de Riesgos Psicosociales y Bienestar en el Trabajo*, 203-208.
- Montiel, N. (2008). Tecnologías de Información y Comunicación para las Organizaciones del Siglo XXI. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 77-86.
- Muchinsky, P. M. (2007). *Psicología Aplicada al Trabajo*. México: International Thomson.
- Mujica, M. (2000). Nuevas Estrategias para Gerenciar. Una Visión Epistemológica. *UNESR*, 61-76.
- Naranjo, M. P. (2007). Autoestima: Un Factor Relevante en la Vida de la Persona y Tema Esencial del Proceso Educativo. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1-27.
- Ochoa, D. C. (06 de Marzo de 2019). *Biblioteca Itson*. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora:
http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa11/caracteristicas_empresa/index.htm
- Olaz, Á. (2013). El Clima Laboral en Cuestión. Revisión Bibliográfico-Descriptiva y Aproximación a un Modelo Explicativo Multivariable. *Ciencias Sociales*, 1-35.
- Rice, P. F. (2000). *Adolescencia Desarrollo, Relaciones y Cultura*. Madrid: Prentice Hall.
- Rodríguez, M. C., & Posadas, A. D. (2005). La Psicología en el Escenario del Trabajo: Una Revisión. *Psicología Iztacala*, 60-80.
- Romero, H. S., & Jaramillo, R. S. (12 de Marzo de 2018). *Secretaría de salud*. Obtenido de Subsecretaría de Administración y Finanzas Dirección General de Recursos Humanos:
[http://dgrh.salud.gob.mx/Formatos/MANUAL%20DEL%20PARTICIPANTE%20CLIMA%20ORGANIZACIONAL%20\(1\).pdf](http://dgrh.salud.gob.mx/Formatos/MANUAL%20DEL%20PARTICIPANTE%20CLIMA%20ORGANIZACIONAL%20(1).pdf)
- Rostyslaw, R. (1991). *A Primer for Toda's Substance Abuse Counselor*. Lexington Books: New York.
- Rothlin, P., & Werder, P. (2011). *El Nuevo Síndrome Laboral Boreout*. Barcelona: Debolsillo.
- Santrock, J. W. (2004). *Psicología del Desarrollo en la Adolescencia*. España: Mc Graw Hill.
- Sebastián, V. (2012). Autoestima y Autoconcepto Docente. *Unifé Phainomenon*, 23-34.
- Sossa, A. R. (2010). La Alienación en Marx: El Cuerpo como Dimensión de Utilidad. *Ciencias Sociales*, 37-55.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- Valencia, C. (23 de Mayo de 2007). *La Autoestima*. Obtenido de Consejos Para Mejorar la Autoestima: <https://www.laautoestima.com/abraham-maslow.html>

- Vásquez , C. C. (2015). Autoestima y Rendimiento Académico en Estudiantes del 6° Grado de Primaria de Instituciones Educativas Públicas de San Juan Baustista-2013. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana: Iquitos.
- Victoria, M. S. (2013). Representación de la Autoestima y la Personalidad en Protagonistas de Anuncios Audiovisuales de Automóviles. Universidad Abierta Interamericana: Argentina.
- Zepeda, F. H. (2017). *Psicología Organizacional*. Mexico: Pearson.

Anexos

ANEXO 1

ESCALA DE BOREOUT

Instrucciones: Marca con una (X) la opción que mejor corresponda a tu manera de percibir las relaciones interpersonales que se dan en tu lugar de trabajo.

Datos sociodemográficos

A1. Edad:	A2. Sexo:	M	F
A3. Puesto u ocupación:		A4. Estado Civil:	
A5. Escolaridad:			
A6. Antigüedad en su actual trabajo:			
A7. Sector en el que trabaja:	Público	Privado	

	Nunca	Casi nunca	Casi siempre	Siempre
1. Prefiero platicar con mis compañeros que hacer mi trabajo				
2. La cantidad de trabajo que tengo va de acuerdo a mi capacidad				
3. Solicito a mi jefe más tiempo del necesario para realizar un trabajo				
4. Me preocupo en hacer con un nivel de excelencia mis actividades en el trabajo				
5. Puedo dar más de lo que el jefe me exige				
6. Hago pausas largas mientras realizo un proyecto				
7. Si me atraso en un proyecto en equipo culpo a mis compañeros				
8. Cuando salgo del trabajo procuro cargar documentos para aparentar que tengo mucho trabajo				
9. Si puedo evadir por un tiempo la responsabilidad de una tarea laboral me siento relajado				
10. Si estoy ocupado en actividades ajenas al trabajo trato de que nadie lo note				
11. Puedo pasar horas sin saber qué hacer en el trabajo				
12. En el trabajo ocupo tiempo para proyectos personales				
13. Me quedo más tiempo en el trabajo aunque ya no tenga nada que hacer				
14. Dejo documentos sin revisar o correos por varios días				

!!! GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN !!!

ANEXO 2

INVENTARIO DE AUTOESTIMA DE COOPERSMITH VERSION PARA ADULTOS

Instrucciones: Marca con una (X) la opción que mejor corresponda.	Sí	No
1. Generalmente los problemas me afectan muy poco		
2. Me cuesta mucho trabajo hablar en público		
3. Si pudiera, cambiaría muchas cosas de mí		
4. Puedo tomar una decisión fácilmente		
5. Soy una persona simpática		
6. En mi casa me enojo fácilmente		
7. Me cuesta trabajo acostumbrarme a algo nuevo		
8. Soy popular entre las personas de mi edad		
9. Mi familia generalmente toma en cuenta mis sentimientos		
10. Me doy por vencida/o muy fácilmente		
11. Mi familia espera demasiado de mí		
12. Me cuesta mucho trabajo aceptarme como soy		
13. Mi vida es muy complicada		
14. Mis compañeros casi siempre aceptan mis ideas		
15. Tengo mala opinión de mí misma/o		
16. Muchas veces me gustaría irme de mi casa		
17. Con frecuencia me siento a disgusto en mi escuela/trabajo		
18. Soy menos guapo/bonita que la mayoría de la gente		
19. Si tengo algo que decir, generalmente lo digo		
20. Mi familia me comprende		
21. Los demás son mejor aceptados que yo		
22. Siento que mi familia me presiona		
23. Con frecuencia me desanimo en lo que hago		
24. Muchas veces me gustaría ser otra persona		
25. Se puede confiar muy poco en mí		

iii GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN !!!