

76

Fecha de presentación: mayo, 2022

Fecha de aceptación: agosto, 2022

Fecha de publicación: octubre, 2022

SALARIO EMOCIONAL

Y ENGAGEMENT EN EMPLEADOS DE UNA EMPRESA INDUSTRIAL PERUANA

EMOTIONAL SALARY AND ENGAGEMENT IN EMPLOYEES OF A PERUVIAN INDUSTRIAL COMPANY

Roberto Carlos Dávila-Morán¹

E-mail: rdavila430@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3181-8801>

María Mini Martin-Bogdanovich¹

E-mail: contactomaritamartinb@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1762-6339>

Elvira García-Huamantumba¹

E-mail: elvira1garcia2@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7773-828X>

Gustavo Bernnet Alfaro Peña¹

E-mail: gustavo.alfaro@uwiener.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2174-3789>

Arturo García-Huamantumba¹

E-mail: arturogchm64@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6713-6971>

¹Universidad Privada Norbert Wiener. Perú

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Dávila-Moran, R. C., Martin-Bogdanovich, M. M., García-Huamantumba, E., Alfaro Peña, G. B. & García-Huamantumba, A. (2022). Salario emocional y engagement en trabajadores de una empresa industria peruana. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S5), 739-749.

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement en empleados de una empresa industrial peruana. La misma se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental y nivel correlacional. La muestra estuvo constituida por 228 empleado de una empresa industrial peruana seleccionada mediante un muestreo censal. La técnica empleada fue la encuesta operacionalizada por medio de dos instrumentos: cuestionario de salario emocional de 30 ítems y escala de engagement UWES de 15 ítems. Los resultados descriptivos de la variable salario emocional señalaron que, el 52.19% (119) lo posiciona como inadecuado, el 27.63% (63) lo ubicó en un nivel promedio, mientras que el 20.18% (63) lo posiciona como promedio; mientras que el engagement, el 54.82% (125) la ubicó en un nivel medio, el 30.26% (69) se ubicó en un nivel bajo, mientras que el 14.91% (34) la posicionó en un nivel alto. Concluyendo que, existe relación directa baja con $\rho = 0.322$ entre el salario emocional y el engagement, en otras palabras, al aumentar el nivel del salario emocional aumentará el engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el p-valor = $0.000 < 0.05$.

Palabras clave: Salario emocional, engagement, compromiso, vigor, dedicación.

ABSTRACT

The general objective of this study was to determine the relationship between emotional salary and engagement in employees of a Peruvian industrial company. It was developed under the quantitative approach, basic type, non-experimental design and correlational level. The sample consisted of 228 employees of a Peruvian industrial company selected through a census sampling. The technique used was the survey operationalized by means of two instruments: a 30-item emotional salary questionnaire and a 15-item UWES engagement scale. The descriptive results of the emotional salary variable indicated that 52.19% (119) position it as inadequate, 27.63% (63) place it at an average level, while 20.18% (63) position it as average; while engagement, 54.82% (125) placed it at a medium level, 30.26% (69) placed it at a low level, while 14.91% (34) placed it at a high level. Concluding that there is a low direct relationship with $\rho = 0.322$ between emotional salary and engagement, in other words, increasing the level of emotional salary will increase engagement in employees of a Peruvian industrial company, demonstrated with p-value = $0.000 < 0.05$.

Keywords: Emotional salary, engagement, commitment, vigor, dedication.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el mercado laboral, el salario constituye uno de los elementos más vulnerables al momento de la toma de decisiones acerca del proceso de contratación de los colaboradores. Por lo cual, “el salario es el pago que se hace a un trabajador de manera periódica, de parte de su empleador, de forma tal que este trabaje durante un lapso determinado por el que fue contratado y sea productivo en ese lapso de tiempo de labor” (Petit, 2018, p. 4). Es por ello que, las nuevas generaciones persiguen colocarse en organizaciones que impulsen y motiven el desarrollo profesional y personal, en ese sentido, un salario alto no asegura su permanencia en la organización ni un adecuado desempeño en sus labores, si se sienten insatisfechos y desmotivados con el entorno laboral y las chances de desarrollo.

Es por ello que emerge el salario emocional, el cual constituye una clase de remuneración que persigue atraer, motivar y retener el talento de una organización (Cordero, et. al, 2022). Otras definiciones argumentan que el salario emocional es la retribución no económica, orientada a cubrir parte de los requerimientos sociales de consideración y autorrealización (Restrepo, 2014). Mientras que para Lopera & López (2019), manifiestan que dicho salario se fundamenta en razones no monetarias, por la que los trabajadores laboran motivados. Otros autores precisan que es un concepto vinculado a la retribución de un trabajador donde están incluidas consideraciones de naturaleza no económica, cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades de la persona, de su familia y profesionales del colaborador, repercutiendo en la mejora de la calidad de vida de este y promover la conciliación laboral (Varon & Rubio, 2018).

Asimismo, otros de los elementos laborales con los que cuentan los empleados, que benefician en alto grado el engagement (compromiso o entusiasmo laboral) lo es el apoyo de los directivos, supervisores y compañeros, el feedback positivo del desempeño, la autonomía laboral, diversidad de tareas, capacitaciones y oportunidades de desarrollo profesional (Ocampo et al., 2015). Dichos elementos o recursos concuerdan con las variables de modelos clásicos de disminución del estrés laboral como son: el modelo demanda-control y el de esfuerzo-recompensa (Bakker & Demerouti, 2008; Salanova et al., 2000).

Respecto al engagement, Dahlgren (2006) manifiesta que es considerado como un estado mental que sugiere la atención orientada en un objeto. Asimismo, desde el ámbito de la psicología organizacional positiva, de acuerdo con Salanova, et. al (2019), menciona que el engagement

constituye un constructo estratégico orientado en la conducción de los recursos humanos.

Por su parte, Herrera & Álvarez (2019), expresan que el engagement o compromiso organizacional constituye uno de los elementos más relevantes de una organización, debido a que es el canal motivacional que evalúa el grado de involucramiento, interés o desempeño que tiene un trabajador respecto a la institución donde se desempeña. Por tanto, el engagement está vinculado con la labor efectuada por los colaboradores y se diferencia por retribución y lealtad que se precisa a cada acción laboral.

Sobre estos recursos que emplean las organizaciones para elevar el nivel de compromiso de sus colaboradores existen diversas literaturas que la han tratado la temática en los ámbitos internacional y nacional, teniendo a (Saks, 2022), quien propuso un modelo para proteger la gestión de recursos humanos y el compromiso de los empleados, el cual plantea que una serie de prácticas solidarias en la gestión de recursos humanos (diseño de puestos, capacitación y desarrollo, gestión de labores flexibles, equidad entre lo profesional y personal, intervención en la toma de decisiones, seguridad, salud, desarrollo profesional, entre otras), con lo cual lograrán un clima organizacional de protección y preocupación por los colaboradores, donde estos responderán cuidando de la organización que difundirán con niveles elevados de engagement.

Asimismo, Yadav, et. al (2022), refieren que la flexibilidad en el sitio de la organización ha sido documentada durante mucho tiempo; algunos autores han precisado que existen escasos estudios que relacionen la flexibilidad laboral con una mayor contratación, productividad y engagement de los empleados, y una menor rotación, ausentismo y costos de seguros de salud. Por otra parte, (Hurtienne, et. al, 2021), precisan que los cambios demográficos pueden transformar los valores y creencias de los trabajadores, pudiendo traer consigo afectaciones respecto a los líderes y el engagement de los empleados.

Otros de los antecedentes de la investigación que estudiaron la temática considerando la relación entre estas variables, se tienen: (Panda, et. al, 2022), quienes efectuaron un estudio cuyos resultados indicaron que el significado del trabajo mediado por el engagement contribuye al buen desempeño laboral, es decir, que, si un colaborador percibe que su trabajo es importante, es posible que este manifieste un mayor engagement emocional, psicológico y cognitivo que permita ofrecer una mejor gestión laboral. Del mismo modo, el apoyo de supervisión juega un rol importante, debido a que, modera las asociaciones directas e indirectas entre el significado del trabajo y el desempeño laboral mediante el engagement.

So, et. al (2021), en un estudio cuyos hallazgos señalan que en engagement influye en la satisfacción y compromiso con la sociedad; asimismo, precisa que las organizaciones que construyen niveles elevados de satisfacción, confianza y engagement pueden lograr una mejor tendencia a las vinculaciones a largo plazo.

Cordero, et. al (2022), en un estudio efectuado en una universidad ecuatoriana cuyos hallazgos indican la influencia que ejerce la cultura organizacional en el bienestar psicológico y cultura laboral con alto grado de significancia, balance de vida con grado medio y con bajo nivel el entorno laboral y oportunidad de desarrollo.

Por otra parte, se tiene el estudio de Álzate, et. al (2018), quienes efectuaron un artículo sobre las variables salario emocional y engagement en trabajadores del rubro educativo de Argentina, cuyos hallazgos mostraron una correlación negativa entre el salario emocional y las dimensiones del engagement: Vigor ($p = ,003$, $r = -,378^{**}$), Dedicación ($p = ,014$, $r = -,317^{**}$) y Absorción ($p = ,001$, $r = -,418^{**}$); concluyendo que, los niveles de engagement de los colaboradores de la universidad no se relacionan con el salario emocional, puesto que, la experiencia positiva de sus labores responde a elementos más intrínsecos.

Adicionalmente, Llashag (2020), en un estudio efectuado en Perú cuyos hallazgos reveló que hay relación entre el salario emocional y el engagement demostrado con $Rho = 0.510$. Concluyendo que, existe relación entre el salario emocional y el engagement en trabajadores de un call center del Callao, por tanto, mientras mayor sea el salario emocional, se percibirá un mayor engagement en los trabajadores del referido call center.

Asimismo, Martínez & Montañez (2021), en un estudio realizado en un restaurante de Trujillo, Perú; cuyos resultados señalan que existe relación entre el salario emocional y el compromiso organizacional en el referido restaurante demostrado con el coeficiente de correlación Tau-b de Kendall de 0.819 y p -valor < 0.05 . Concluyendo que, existe relación significativa entre las variables de estudio en los empleados de dicho restaurante.

Del mismo modo, Inca (2019), en un estudio efectuado en empleados de un centro de salud limeña, cuyos hallazgos indican que hay correlación entre las variables; concluyendo que, mediante el Rho de Spearman el nivel de significancia es de 0,000 (menor que 0,05) se logró precisar la relación entre el salario emocional y el engagement en los empleados del referido centro de salud.

El problema de este estudio gravita en la escasa disposición de elementos adecuados que contribuyan la evaluación del impacto de organizacional en la empresa

industrial peruana objeto de estudio. Lo descrito anteriormente conlleva a la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación que existe entre el salario emocional y el engagement en empleados de una empresa industrial peruana?; a tal efecto, el objetivo general de este estudio consistió en determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement en empleados de una empresa industrial peruana. Por tanto, el estudio transitó por las dimensiones del salario emocional: credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo; y las dimensiones del engagement: vigor, dedicación y absorción.

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se efectuó desde el enfoque cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental y nivel correlacional, apoyada en la investigación descriptiva (Arias, 2012); a tal efecto se determinó la relación entre el salario emocional y el engagement en empleados de una empresa industria peruana. Los métodos de investigación empleados fueron el inductivo, deductivo y sintético; permitiendo dar respuesta a las interrogantes (Arias, 2012).

El estudio se realizó durante el segundo semestre del año 2021, en una organización de tipo industrial dedicada al sector manufacturero del plástico ubicada en Huachipa, Lima – Perú. La población y muestra elegida estuvo constituida por todos los empleados de dicha organización, siendo 228 trabajadores. Por tanto, el muestreo fue de tipo censal, debido a que por ser la población pequeña y finita se tomaron todos sus elementos como muestra. La tabla 1 presenta la caracterización de la muestra.

Tabla 1. Caracterización de la muestra

Cargo	Cantidad	Porcentaje(%)
Gerente	1	0%
Directivos	3	1%
Jefe de departamento	8	4%
Personal administrativo	23	10%
Empleados	98	43%
Ayudantes	59	26%
Obreros	36	16%
Total	228	100%

Fuente: los autores

La técnica de recolección de información utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario tipo escala de Likert para evaluar cada variable. Para la variable salario emocional se construyó un cuestionario de 30 ítems que examina las dimensiones: credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo con cinco opciones de

respuestas: 1= muy de acuerdo, 2= de acuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= en desacuerdo, y 5= muy en desacuerdo. Mientras que para la variable engagement se aplicó la escala de engagement UWES construida por Schaufeli, Salanova, González-Romá y Bakker (2002), que evalúa las dimensiones: vigor, dedicación y absorción.

En relación a la validez de los instrumentos fue realizado por juicio de expertos, donde tres especialistas examinaron considerando la relevancia, pertinencia y claridad de estos calificándolos como suficientes, precisando que son válidos para ser aplicados. La confiabilidad del instrumento de salario emocional fue realizada con el coeficiente Alfa de Cronbach, donde se realizó una prueba piloto a una muestra de características similares a la de este estudio, resultando con una confiabilidad alta. La tabla 2 muestra los detalles de las variables, dimensiones e instrumentos.

Tabla 2. Variables, dimensiones e ítems evaluados en cada instrumento.

Dimensión	Ítems	Opciones de respuestas	Instrumento
Variable: Salario emocional			
Credibilidad	1-3	0 = Nunca	Cuestionario de salario emocional de 30 ítems
Respeto	4-8	1 = Pocas veces al año	
Imparcialidad	9-20	2 = Una vez al mes	
Camaradería	21-26	3 = Algunas veces al mes	
Orgullo	27-30	4 = Una vez por semana	
		5 = Varias veces por semana	
		6 = Diariamente	
Variable: Engagement			
Vigor	1-5	1 = Nunca	Escala de engagement UWES de 15 ítems (Schaufeli, Salanova, González, & Bakker, 2002)
Dedicación	6-10	2 = Casi nunca	
Absorción	11-15	3 = A veces	
		4 = Casi siempre	
		5 = Siempre	

Fuente: los autores

Posterior a la construcción y validación de instrumentos se efectuó la aplicación de los mismos y el respectivo recojo de la información por parte de la muestra. A tal efecto, dichos datos fueron organizados en una base de datos y mediante el programa SPSS haciendo uso de la estadística descriptiva se analizaron según las frecuencias absolutas y porcentuales, se organizaron en tablas y figuras para realizar el análisis de hallazgos, del mismo modo, se realizó la comprobación de las hipótesis mediante el coeficiente Rho de Spearman previo a la comprobación de la normalidad de los datos; por lo cual se evidenció la asociación de las variables salario emocional y engagement en los empleados de una empresa industrial peruana.

RESULTADOS

Posterior a la recolección de datos se organizó la información en tablas para su análisis, donde se pudo establecer las características sociodemográficas de la muestra, las cuales se presentan en la tabla 3, visualizándose que, de los 228 empleados encuestados, el 57.89% (132) son de género masculino, mientras que el 42.11% (96) son de género femenino, por tanto, la mayoría de los encuestados son de género masculino. Por su parte, la clasificación etaria de la muestra es el siguiente: el 21.05% (48) tienen entre 25 a 29 años de edad, el 27.63% (63) tienen entre 30 a 39 años de edad, el 26.32% (60) tienen entre 40 a 49 años de edad, el 20.61% (47) tienen entre 50 a 59 años de edad; por último, el 4.39% (10) tienen más de 60 años. En relación a los años de servicios en la empresa, de los 228 encuestados, el 62.72% (143) tienen entre 1 a 10 años de servicios, el 32.89% (75) tienen entre 11 a 15 años de edad, mientras que el 4.39% (10) tienen más de 10 años de ejercicio dentro de la organización. Finalmente, en cuanto a la dedicación laboral, el 75.88% (173) laboran a tiempo completo, mientras que el 24.12% (55) laboran a tiempo parcial.

Tabla 3. Características sociodemográficas de la muestra

Variables sociodemográficas		Frecuencia (f)	Porcentaje(%)
Género	Masculino	132	57.89%
	Femenino	96	42.11%
Total		228	100%
Edad	25-29 años	48	21.05%
	30-39 años	63	27.63%
	40-49 años	60	26.32%
	50-59 años	47	20.61%
	Más de 60 años	10	4.39%
Total		228	100%
Años de servicios	1-10	143	62.72%
	11-15	75	32.89%
	Más de 15	10	4.39%
Total		228	100%
Dedicación	Tiempo completo	173	75.88%
	Tiempo parcial	55	24.12%
Total		228	100%

Fuente: los autores

Resultados descriptivos de la variable salario emocional y sus dimensiones

Los resultados descriptivos de la variable salario emocional y sus dimensiones se presentan en la tabla 4 y figura 1, donde se observa que el nivel de la variable salario emocional el 52.19% (119) lo posiciona como inadecuado, el 27.63% (63) lo ubicó en un nivel promedio, mientras que el 20.18% (46) lo posiciona en un nivel promedio; sintetizando que la mayoría de los encuestados lo ubican en un nivel inadecuado.

Respecto a la dimensión Credibilidad, el 51.32% (117) posicionó dicha dimensión en un nivel inadecuado, el 30.26% (69) lo ubica como adecuado, mientras que el 18.42% (42) lo ubicó en un nivel promedio; resumiendo que, la mayoría de los empleados ubicaron la dimensión en un nivel inadecuado. Por otra parte, en la dimensión Respeto, el 57.89% (132) lo ubicó como inadecuado, el 22.37% (51) lo ubicó como adecuado, mientras que el 19.74% (45) lo posicionó en un nivel promedio. Adicionalmente, la dimensión Imparcialidad, el 50.44% (115) lo posicionó en un nivel inadecuado, el 25.88% (59) lo posicionó en un nivel adecuado, mientras que el 23.68% (54) la ubicó en un nivel promedio. En la dimensión Camaradería, el 48.25% (110) la ubicó en un nivel inadecuado, el 31.14% (71) lo ubicó en un nivel adecuado, el 20.61% (47) lo ubicó en un nivel promedio. Por último, en la dimensión Orgullo, el 53.51% (122) lo ubicó en un nivel inadecuado, el 27.63% (63) la posicionó en nivel adecuado, mientras que el 18.86% (43) lo ubicó en un nivel promedio.

Tabla 4. Resultados descriptivos de la variable Salario emocional y sus dimensiones

Niveles	Variable Salario emocional	Dimensiones de la variable Salario emocional										
		Credibilidad		Respeto		Imparcialidad		Camaradería		Orgullo		
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Inadecuado	119	52.19	117	51.32	132	57.89	115	50.44	110	48.25	122	53.51
Promedio	46	20.18	42	18.42	45	19.74	54	23.68	47	20.61	43	18.86
Adecuado	63	27.63	69	30.26	51	22.37	59	25.88	71	31.14	63	27.63
Total	228	100%	228	100%	228	100%	228	100%	228	100%	228	100%

Fuente: los autores

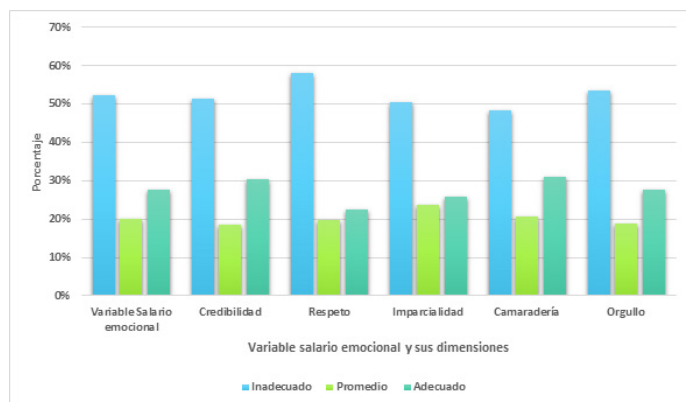


Figura 1. Niveles alcanzados de la variable salario emocional y sus dimensiones

Fuente: los autores

Resultados descriptivos de la variable engagement y sus dimensiones

La tabla 5 y figura 2, presenta los resultados de la variable engagement y sus dimensiones; donde dicha variable el 54.82% (125) la ubicó en un nivel medio, el 30.26% (69) se ubicó en un nivel bajo, mientras que el 14.91% (34) la posicionó en un nivel alto; resumiendo que, la mayoría de los encuestados la ubicaron en un nivel medio.

En relación a la dimensión Vigor el 57.89% (132) la ubicó en un nivel medio, el 28.07% (64) la posicionó en un nivel bajo, mientras que el 14.04% (32) la ubicó en un nivel alto. La dimensión Dedicación, el 56.14% (128) la ubicó en el nivel medio, el 31.58% (72) ubicó a dimensión en un nivel bajo, el 12.28% (28) la posicionaron en un nivel alto. Por último, en la dimensión Absorción, el 50.44% (115) la ubicó en un nivel medio, el 31.58% (72) la ubicó en un nivel bajo, mientras que el 17.98% (41) la posicionó en un nivel alto.

Tabla 5. Resultados descriptivos de la variable Engagement y sus dimensiones

Niveles	Variable Engagement		Dimensiones de la variable Engagement					
			Vigor		Dedicación		Absorción	
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Bajo	69	30.26	64	28.07	72	31.58	72	31.58
Medio	125	54.82	132	57.89	128	56.14	115	50.44
Alto	34	14.91	32	14.04	28	12.28	41	17.98
Total	228	100%	228	100%	228	100%	228	100%

Fuente: los autores

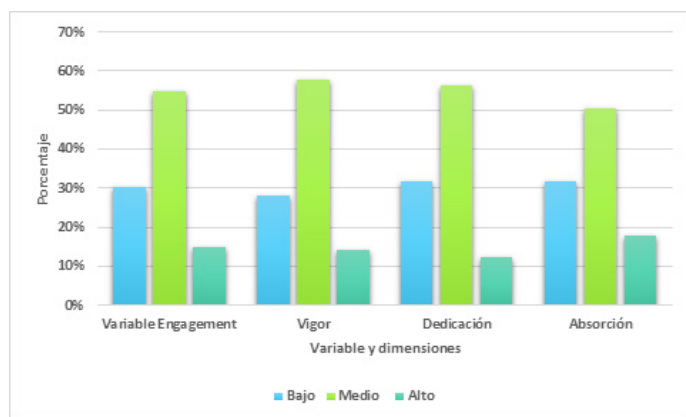


Figura 2. Niveles alcanzados de la variable engagement y sus dimensiones

Fuente: los autores

Resultados inferenciales

Antes de efectuar la comprobación de las hipótesis, se realizó la prueba de normalidad de los datos con el estadígrafo Kolmogorov-Smirnov, utilizada para muestras mayores de 50 elementos; la cual supone como H_0 , que la información proveniente de la variable o dimensión muestra una distribución normal. En ese orden de ideas, se utilizó como regla de decisión: si el p-valor es menor de 0.05, se rechaza la H_0 , en otras palabras, la variable o dimensión no presenta una distribución normal, por tanto, en la tabla 6 se indica que las variables y dimensiones no siguen una distribución normal (p-valor < 0.05), a tal efecto, es pertinente emplear una prueba de relación no paramétrica como el Rho de Spearman.

Tabla 6. Prueba de normalidad de los datos

Variable y dimensiones	Estadístico	gl.	sigma	Resultado
Variable Salario emocional	0.748	228	0.033	No evidencia
Credibilidad	0.244	228	0.000	No evidencia
Respeto	0.332	228	0.000	No evidencia
Imparcialidad	0.284	228	0.000	No evidencia
Camaradería	0.234	228	0.000	No evidencia
Orgullo	0.323	228	0.000	No evidencia
Variable Engagement	0.632	228	0.005	No evidencia
Vigor	0.312	228	0.000	No evidencia
Dedicación	0.443	228	0.000	No evidencia
Absorción	0.115	228	0.000	No evidencia

Fuente: los autores

La tabla 7 presenta los resultados logrados para la prueba de hipótesis, donde se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, donde se observa que en la hipótesis general demuestra una relación directa baja con $\rho = 0.322$ entre las variables salario emocional y el engagement, en otras palabras, al aumentar el nivel del salario emocional aumentará el engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el p-valor = $0.000 < 0.05$, a tal efecto se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_G).

En cuanto a la primera hipótesis específica, se observa una relación directa moderada con $\rho = 0.435$ entre la variable salario emocional y la dimensión vigor del engagement, es decir, al incrementar el salario emocional aumentará la dimensión vigor del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el p-valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1).

Por su parte, en la segunda hipótesis específica, se evidencia una relación directa baja con $\rho = 0.215$ entre la variable salario emocional y la dimensión dedicación del engagement, por tanto, al incrementar el salario emocional aumentará la dimensión dedicación del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p-valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_2).

Finalmente, para la tercera hipótesis específica, se demuestra una relación directa baja con $\rho = 0.203$ entre la variable salario emocional y la dimensión absorción del engagement, por tanto, al aumentar el salario emocional aumentará la dimensión absorción del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p-valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_3).

Tabla 7. Prueba de hipótesis

Salario emocional			
Hipótesis general	Engagement	Rho de Spearman	0.322
		p-valor (bilateral)	0.000
Hipótesis específica 1	Vigor	Rho de Spearman	0.435*
		p-valor (bilateral)	0.000
Hipótesis específica 2	Dedicación	Rho de Spearman	0.215
		p-valor (bilateral)	0.003
Hipótesis específica 3	Absorción	Rho de Spearman	0.203
		p-valor (bilateral)	0.008
Nota: **= correlación significativa al menos al 1% de significancia (bilateral). N=228			

Fuente: los autores

DISCUSIÓN

De acuerdo con la hipótesis general planteada que versa: existe relación significativa entre el salario emocional y el engagement en empleados de una empresa industrial peruana; por lo cual se logró establecer que existe relación directa baja con $\rho = 0.322$ entre las variables salario emocional y el engagement, en otras palabras, al aumentar el nivel del salario emocional aumentará el engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$, a tal efecto se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a). Del mismo modo, los resultados descriptivos de la variable salario emocional señalaron que, el 52.19% (119) lo posiciona como inadecuado, el 27.63% (63) lo ubicó en un nivel promedio, mientras que el 20.18% (46) lo posiciona en un nivel promedio; sintetizando que la mayoría de los encuestados lo ubican en un nivel inadecuado. Mientras que los resultados descriptivos de la variable engagement, el 54.82% (125) la ubicó en un nivel medio, el 30.26% (69) se ubicó en un nivel bajo, mientras que el 14.91% (34) la posicionó en un nivel alto; resumiendo que, la mayoría de los encuestados la ubicaron en un nivel medio. Estos hallazgos son similares a los de Inca (2019), cuyos hallazgos indican que hay correlación entre las variables salario emocional y engagement; concluyendo que, mediante el Rho de Spearman el nivel de significancia es de 0,000 (menor que 0,05) se logró precisar la relación entre el salario emocional y el engagement en los empleados del referido centro de salud. Asimismo, estos resultados son similares a los de Martínez y Montañez (2021), cuyos resultados señalan que existe relación entre el salario emocional y el compromiso organizacional en el referido restaurante demostrado con el coeficiente de correlación Tau-b de Kendall de 0.819 y $p\text{-valor} < 0.05$. Concluyendo que, existe relación significativa entre las variables de estudio en los empleados de dicho restaurante.

Por su parte, para la primera hipótesis específica, se determinó una relación directa moderada con $\rho = 0.435$ entre la variable salario emocional y la dimensión vigor del engagement, es decir, al incrementar el salario emocional aumentará la dimensión vigor del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Asimismo, los resultados descriptivos de la dimensión vigor, el 57.89% (132) la ubicó en un nivel medio, el 28.07% (64) la posicionó en un nivel bajo, mientras que el 14.04% (32) la ubicó en un nivel alto. Estos hallazgos son similares a los de Llashag (2020), en un estudio efectuado en Perú cuyos hallazgos reveló que hay relación entre el salario emocional y el engagement demostrado con $\rho = 0.510$. Concluyendo que, existe relación entre el salario emocional y el engagement en trabajadores de un call center del Callao, por tanto, mientras mayor sea el salario emocional, se percibirá un mayor engagement en los trabajadores del referido call center. En contraste están los resultados de Álzate, et. al (2018), quienes efectuaron un estudio sobre las variables salario emocional y engagement en trabajadores del rubro educativo de Argentina, cuyos hallazgos mostraron una correlación negativa entre el salario emocional y las dimensiones del engagement: Vigor ($p = , 003$, $r = -,378^{**}$), concluyendo que, los niveles de engagement de los colaboradores de la universidad no se relacionan con el salario emocional, puesto que, la experiencia positiva de sus labores responde a elementos más intrínsecos.

Del mismo modo, en la segunda hipótesis específica, se evidencia una relación directa baja con $\rho = 0.215$ entre la variable salario emocional y la dimensión dedicación del engagement, por tanto, al incrementar el salario emocional

aumentará la dimensión dedicación del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p -valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_2). Los resultados descriptivos de la dimensión dedicación el 56.14% (128) la ubicó en el nivel medio, el 31.58% (72) ubicó a dimensión en un nivel bajo, el 12.28% (28) la posicionaron en un nivel alto. Dichos resultados están en concordancia con los de So et al. (2021), cuyos hallazgos señalan que en engagement influye en la satisfacción y compromiso con la sociedad; asimismo, precisa que las organizaciones que construyen niveles elevados de satisfacción, confianza y engagement pueden lograr una mejor tendencia a las vinculaciones a largo plazo. Por otra parte, estos resultados difieren de los de Álzate, et. al (2018), cuyos hallazgos mostraron una correlación negativa entre el salario emocional y las dimensiones del engagement: Dedicación ($p = ,014$, $r = -,317^{**}$); concluyendo que, los niveles de engagement de los colaboradores de la universidad no se relacionan con el salario emocional.

En relación a la tercera hipótesis específica, se demostró una relación directa baja con $\rho = 0.203$ entre la variable salario emocional y la dimensión absorción del engagement, por tanto, al aumentar el salario emocional aumentará la dimensión absorción del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p -valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_3). Los resultados descriptivos de la dimensión absorción, el 50.44% (115) la ubicó en un nivel medio, el 31.58% (72) la ubicó en un nivel bajo, mientras que el 17.98% (41) la posicionó en un nivel alto. Estas derivaciones están en concordancia con los resultados de Cordero et al. (2022), cuyos hallazgos indican la influencia que ejerce la cultura organizacional en el bienestar psicológico y cultura laboral con alto grado de significancia, balance de vida con grado medio y con bajo nivel el entorno laboral y oportunidad de desarrollo. Estos resultados difieren de los de Álzate et al. (2018), cuyos hallazgos mostraron una correlación negativa entre el salario emocional y las dimensiones del engagement: Absorción ($p = ,001$ $r = -,418^{**}$); concluyendo que, los niveles de engagement de los colaboradores de la universidad no se relacionan con el salario emocional.

CONCLUSIONES

Se logró establecer que existe relación directa baja con $\rho = 0.322$ entre las variables salario emocional y el engagement, en otras palabras, al aumentar el nivel del salario emocional aumentará el engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el

p -valor = $0.000 < 0.05$. Del mismo modo, los resultados descriptivos de la variable salario emocional señalaron que, el 52.19% (119) lo posiciona como inadecuado, el 27.63% (63) lo ubicó en un nivel promedio, mientras que el 20.18% (46) lo posiciona en un nivel promedio; sintetizando que la mayoría de los encuestados lo ubican en un nivel inadecuado. Mientras que los resultados descriptivos de la variable engagement, el 54.82% (125) la ubicó en un nivel medio, el 30.26% (69) se ubicó en un nivel bajo, mientras que el 14.91% (34) la posicionó en un nivel alto; resumiendo que, la mayoría de los encuestados la ubicaron en un nivel medio. Estos hallazgos son similares a los de Inca (2019), cuyos hallazgos indican que hay correlación entre las variables salario emocional y engagement; concluyendo que, mediante el Rho de Spearman el nivel de significancia es de 0,000 (menor que 0,05) se logró precisar la relación entre el salario emocional y el engagement en los empleados del referido centro de salud.

Se logró determinar que existe relación directa moderada con $\rho = 0.435$ entre la variable salario emocional y la dimensión vigor del engagement, es decir, al incrementar el salario emocional aumentará la dimensión vigor del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, demostrada con el p -valor = $0.000 < 0.05$. Asimismo, los resultados descriptivos de la dimensión vigor, el 57.89% (132) la ubicó en un nivel medio, el 28.07% (64) la posicionó en un nivel bajo, mientras que el 14.04% (32) la ubicó en un nivel alto.

Se logró establecer que existe relación directa baja con $\rho = 0.215$ entre la variable salario emocional y la dimensión dedicación del engagement, por tanto, al incrementar el salario emocional aumentará la dimensión dedicación del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p -valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_2). Los resultados descriptivos de la dimensión dedicación el 56.14% (128) la ubicó en el nivel medio, el 31.58% (72) ubicó a dimensión en un nivel bajo, el 12.28% (28) la posicionaron en un nivel alto.

Se logró precisar que existe relación directa baja con $\rho = 0.203$ entre la variable salario emocional y la dimensión absorción del engagement, por tanto, al aumentar el salario emocional aumentará la dimensión absorción del engagement en empleados de una empresa industrial peruana, comprobada con el p -valor = $0.000 < 0.05$, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_3). Los resultados descriptivos de la dimensión absorción, el 50.44% (115) la ubicó en un nivel medio, el 31.58% (72) la ubicó en un nivel bajo, mientras que el 17.98% (41) la posicionó en un nivel alto.

REFERENCIAS

- Álzate, A., Soto, M., & Rubio, L. (2018). Salario Emocional y Engagement en un grupo de trabajadores de una Universidad de Pereira, Risaralda en el año 2018. Universidad Católica de Pereira., DDMPSI161, 1-23. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/handle/10785/5225>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (Sexta ed.). Venezuela: Episteme.
- Bakker, A., & Demerouti, E. (2008). Towards a Model of Work Engagement. *Career Develop International*, 13, 209-223.
- Cordero, D., Beltrán, N., & Bermeo, V. (2022). Cultura organizacional y salario emocional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 118-131. Obtenido de <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.10>
- Dahlgren, P. (2006). Civic participation and practices: Beyond “deliberative democracy.” In N. Carpentier (Ed.). *Researching media, democracy and participation*, 23-24. Obtenido de http://www.researchingcommunication.eu/reco_book1.pdf
- Herrera, R., & Álvarez, W. (2019). El engagement en las organizaciones: caso de un municipio en Ecuador. *Revista Mapa*, 16(6), 75-93. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Wellington-Alvarez-Baque/publication/338545129_The_engagement_in_the_organizations_case_of_a_municipality_in_Ecuador/links/5e1b9bf4585159aa4cb5451/The-engagement-in-the-organizations-case-of-a-municipality-in-Ecuador.
- Hurtienne, M., Hurtienne, L., & Kempen, M. (2021). Employee engagement: Emerging insight of the millennial manufacturing workforce. *Human Resource Development Quarterly*, 33(2), 137 – 156. Obtenido de <https://doi.org/10.1002/hrdq.21453>
- Inca, E. (2019). Comportamiento organizacional y salario emocional de la Clínica Internacional de Cercado de Lima – 2019. [Tesis de Licenciatura en Administración. Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú]. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52502>
- Lópera, I., & López, C. (2019). Development of an Emotional Salary Model: a Case of Application. *Indian Journal of Science and Technology*, 42, 12-22. doi:10.17485/ijst/2019/v12i42/146964
- Ocampo, R., Juárez, A., Arias, L., & Hindrichs, I. (2015). Factores psicosociales asociados a engagement en empleados de un restaurante de Morelos, México. *Liberabit*, 21(2), 207-219. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272015000200004&lng=es&tln_g=pt.
- Panda, A., Sinha, S., & Jain, N. (2022). Job meaningfulness, employee engagement, supervisory support and job performance: a moderated-mediation analysis. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(6), 2316-2336. Obtenido de 10.1108/IJPPM-08-2020-0434
- Petit, H. (2019). Empresas comprometidas con el salario emocional de sus colaboradores en el sector minero de Colombia. *Consensus (Santiago)- Revista Interdisciplinaria De Investigación*, 3(1), 03-23. Obtenido de <http://pragmatika.cl/review/index.php/consensus/article/view/29>
- Restrepo, P. (2014). La flexibilidad laboral y el salario emocional. *Aglala*, 5(1), 34-68. Obtenido de <https://doi.org/10.22519/22157360.700>
- Saks, A. (2022). Caring human resources management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 32(3), 1-15. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2021.100835>
- Salanova, M., Llorens, S., & Martínez, I. (2019). *Organizaciones saludables. Una mirada desde la psicología positiva (Aranzadi)*. Aranzadi.
- Salanova, M., Shaufeli, W., Llorens, S., Peiró, J., & Grau, R. (2000). Desde el «burnout» al «engagement»: ¿Una nueva perspectiva? *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 6(2), 117-134.
- Schaufeli, W., Salanova, M., González, V., & Bakker, A. (2002). The measurement of burnout and engagement: A confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- So, B., Kim, J., Ro, Y., & Song, J. (2021). Developing a measurement scale for employee engagement: a validation study in a South Korean context. *European Journal of Training and Development*, 46(5), 585 – 606. Obtenido de <https://doi.org/10.1080/13678868.2021.1959>

Varon, G., & Rubio, A. (2018). Valor que subroga el salario emocional como práctica de responsabilidad social empresarial interna en la gobernanza cooperativa. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 1, 87-100. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6760737>

Yadav, A., Pandita, D., & Singh, S. (2022). Work-life integration, job contentment, employee engagement and its impact on organizational effectiveness: a systematic literature review. *Industrial and Commercial Training*, 54(3), 509-527. Obtenido de 10.1146/annurev-psych-122414-033710