



**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN**  
**DEL TALENTO HUMANO**

Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del  
área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
**Maestro en Gestión del Talento Humano**

**AUTOR:**

Aguilar Casana, Emmanuel Vincent Jacobs ([orcid.org/0009-0008-8479-793X](https://orcid.org/0009-0008-8479-793X))

**ASESORES:**

Mg. Salgado Portugal, Juan José ([orcid.org/0000-0002-6291-6984](https://orcid.org/0000-0002-6291-6984))

Dr. Mendez Gastañadui, Alfredo Nicanor ([orcid.org/0000-0002-7154-5281](https://orcid.org/0000-0002-7154-5281))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Cultura y Comportamiento Organizacional

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TRUJILLO - PERÚ**

**2024**



**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, SALGADO PORTUGAL JUAN JOSÉ, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024", cuyo autor es AGUILAR CASANA EMMANUEL VINCENT JACOBS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 07 de Julio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
SALGADO PORTUGAL JUAN JOSÉ <b>DNI:</b> 40350560 <b>ORCID:</b> 0000-0002-6291-6984	Firmado electrónicamente por: SALGADO el 07-08- 2024 14:33:56

Código documento Trilce: TRI - 0800476



**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, AGUILAR CASANA EMMANUEL VINCENT JACOBS estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
EMMANUEL VINCENT JACOBS AGUILAR CASANA <b>DNI:</b> 42153977 <b>ORCID:</b> 0009-0008-8479-793X	Firmado electrónicamente por: VAGUILARCA12 el 08-08-2024 12:04:24

Código documento Trilce: TRI - 0854796

## **Dedicatoria**

### **A Dios.**

*Quiero dedicarle ese trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar esta Tesis, va siempre mi infinita gratitud y alabanza a él que me dio su apoyo, sustento y cuidado amoroso durante toda mi vida y en especial en estos meses de posgrado. Por ser el amigo, luz y guía que nunca me desamparó en todo momento de mí existir.*

*No hay palabras que puedan describir mi profundo agradecimiento hacia mi familia, quienes durante todos estos meses confiaron en mí, comprendiendo mis ideales.*

### **A mi madre y padres.**

*Esperanza (Perita) in memoriam que siempre me lleva en su lecho y a quien yo siempre recurro y nunca me falla. Muchas gracias en donde quiera del cielo que estés. A mis tíos papas Jorge y Tulio fuente de inspiración y sabiduría para mí y por haberme formado un gran hombre.*

### **A mi esposa e hijos.**

*Para la mujer que amo y me apoyó todos estos meses, por su infinito amor, cariño y comprensión. Por ser simplemente ella, por acompañarme en los buenos y malos momentos. Gracias Marita.*

*Y a mis hermosos hijos Angielen y Joaquín por su paciencia y comprensión en todo momento. Y por su loable apoyo para que este momento llegara.*

*Gracias, eternamente gracias a todos.*

**Emmanuel Vincent Jacobs Aguilar Casana.**

## **Agradecimiento**

*A mi entorno que me dio las facultades para pensar en mi futuro y sobre todo gracias a la vida que tengo y a mis amigos que más quiero si no fuese por ellos mi sueño no lo hubiera cumplido.*

### **A mis asesores**

*Quiero expresar mi más profundo agradecimiento al Dr. Salgado y al Dr. Méndez por su invaluable apoyo y asesoramiento a lo largo del desarrollo de esta tesis. Su guía experta, dedicación y paciencia han sido fundamentales para la realización de este trabajo. A ambos, gracias por su constante apoyo y por creer en mí. Sin su orientación y motivación, esta tesis no hubiera sido posible.*

### **A la Universidad César Vallejo**

*Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de cursar este posgrado y por el apoyo recibido durante mi formación académica. Agradezco profundamente a todo el personal docente y administrativo por su dedicación y esfuerzo constante para proporcionar una educación de calidad y un ambiente propicio para el aprendizaje y la investigación.*

*. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de una institución tan comprometida con la educación y el desarrollo de sus estudiantes.*

### **A la industria farmacéutica**

*Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la industria farmacéutica por haberme brindado la oportunidad de realizar mi estudio en sus instalaciones. Su generosidad y apoyo han sido fundamentales para el desarrollo de esta tesis. Agradezco profundamente a todo el equipo por su colaboración y disposición para facilitarme los recursos necesarios y proporcionar un entorno adecuado para llevar a cabo mi investigación.*

**Emmanuel Vincent Jacobs Aguilar Casana.**

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor .....	ii
Declaratoria de originalidad de la autora .....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen .....	viii
Abstract .....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. METODOLOGÍA .....	12
III. RESULTADOS .....	15
IV. DISCUSIÓN .....	20
V. CONCLUSIONES .....	25
VI. RECOMENDACIONES .....	26
REFERENCIAS .....	27
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1	Relación entre el SE y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	16
Tabla 2	Relación entre el reconocimiento y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	17
Tabla 3	Relación entre la conciliación familiar y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	18
Tabla 4	Relación entre el desarrollo e integración y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	19
Tabla 5	Factores sociodemográficos de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	20

## Resumen

El ámbito de la promoción y ventas en la industria farmacéutica es un sector altamente competitivo y exigente, donde la motivación y compromiso son fundamentales para alcanzar los objetivos organizacionales. El objetivo principal fue determinar la relación salario emocional (SE) y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024 con el aporte al Objetivo de Desarrollo Sostenible N°8, que fomenta un desarrollo económico equitativo, así como facilitar oportunidades de empleo significativo y condiciones laborales justas para todas las personas.

Se adoptó una metodología de enfoque cualitativo tipo básica, con diseño no experimental-correlacional de corte transversal; se estudiaron a 60 colaboradores; se utilizó dos cuestionarios uno para SE y otro para Engagement, ambos validados por expertos con una fiabilidad de 0,964 y 0,829 respectivamente. Los resultados indican que 51.7% de los colaboradores con bajo nivel de SE tienen un engagement bajo. En contraposición, el 28.3% con alto SE, está asociado a reportar niveles más altos de engagement y ninguno tiene un bajo nivel de engagement. Se concluyó, una correlación positiva alta ( $r = 0.944$ ) y significativa ( $p = 0.000$ ). Un SE alto tiene significativamente más probabilidades de tener un alto nivel de engagement.

**Palabras Clave:** Salario emocional, engagement, reconocimiento, conciliación familiar, desarrollo.



## Abstract

The field of promotion and sales in the pharmaceutical industry is a highly competitive and demanding sector, where motivación and commitment are essential to achieve organizational objectives. The main objective was to determine the relationship between emotional salary (SE) and engagement of the collaborators in the promotion and sales area of a pharmaceutical industry, Trujillo 2024, with the contribution to Sustainable Development Goal No. 8, which promotes equitable economic development, as well as such as facilitating meaningful employment opportunities and fair working conditions for all people.

A basic qualitative approach methodology was adopted, with a non-experimental-correlational cross-sectional design; 60 collaborators were studied; Two questionnaires were used, one for SE and the other for Engagement, both validated by experts with a reliability of 0.964 and 0.829 respectively. The results indicate that 51.7% of employees with a low level of SE have low engagement. In contrast, the 28.3% with high SE are associated with reporting higher levels of engagement and none have a low level of engagement. A high ( $r = 0.944$ ) and significant ( $p = 0.000$ ) positive correlation was concluded. A high SE is significantly more likely to have a high level of engagement.

**Keywords:** Emotional salary, engagement, recognition, family conciliation, development.

## I. INTRODUCCIÓN

En circunstancias actuales, señala (Venegas, 2023) donde la actividad económica en nuestro país se contrajo en el primer trimestre, las compañías deben incrementar aún más su eficiencia, competencias y logros. Y se acentúa en el sector farmacéutico, donde la competencia es alta y la demanda de resultados es constante. El salario emocional (SE) ha emergido como un elemento vital para la armonía y tranquilidad del trabajador para lograr las metas de la organización. Éste hace mención a los beneficios intangibles; como el reconocimiento, conciliación familiar laboral y oportunidad de desarrollo e integración. La realidad problemática radica en que, a pesar de su importancia, el salario emocional a menudo no se considera en estrategias del talento humano. Esto afecta directamente el engagement, definido como el nivel de compromiso y conexión emocional que los colaboradores tienen con la empresa. La gravedad de este problema se evidencia en la productividad, retención de talento y la calidad del trabajo realizado. Las organizaciones deben reconocer la relevancia del salario emocional y tomar medidas para fortalecerlo. La finalidad de esta investigación busca profundizar, comprender y evidenciar el vínculo salario emocional y el engagement ya que es fundamental para el éxito sostenible de cualquier empresa.

En esa situación, el Objetivo de Desarrollo Sostenible N°8 fomenta un desarrollo económico equitativo, así como facilitar oportunidades de empleo significativo y condiciones laborables justas para todas las personas (Escamilla, 2020).

(Paritripti, 2023) indica que, no todas las empresas tienen los recursos para brindar mayores beneficios a sus colaboradores; pero brindar un salario emocional ayuda a motivarlos y alentarlos. (Valega, 2018) menciona que la situación actual es ideal para llevar a cabo el salario emocional, que es fundamental, según Mauricio Huapaya (Gerente de Ventas Corporativas de Cencosud Perú), debido a que favorece la retención de habilidades, disminuye los índices de rotación laboral y fomenta el engagement de trabajo en equipo orientado hacia las metas. Ante esta problemática (Hennekam, 2022) señala; las empresas han respondido reforzando sus métodos integrales hacia sus colaboradores, brindando más flexibilidad, otras han implementado rituales de reconocimiento por el logro de objetivos brindando más beneficios, obteniendo buenos resultados.

(Espinoza, 2021), señala que para lograr el reconocimiento es importante implementar el salario emocional ya que el brindar un equilibrio personal y profesional, le permitirá al colaborador estar en armonía, lo que se traduce en eficiencia laboral y engagement esperado. (Pereira, 2023) señala, las empresas han evolucionado en su política retributiva y han comenzado a considerar el salario emocional como un factor fundamental cuando se busca preservar el bienestar laboral o cuando se intenta aumentar su poder adquisitivo en momentos de incertidumbre económica. La política retributiva incluye; flexibilidad laboral, conciliación familiar laboral y desarrollo profesional. El reciente informe realizado por Cobee al respecto señala que, a la hora de buscar un trabajo, el 27,1 % toman en cuenta la flexibilidad horaria, un 15,2 % en teletrabajar de forma compartida y un 13,4 % en los reconocimientos y sólo el 8,3 % el sueldo económico como factor importante. En esta industria farmacéutica, el engagement es uno de sus principales valores y la lista de beneficios de salario emocional que proporcionan son: planes de seguros, EPS de discapacidad, reembolso de escolaridad, beneficios institucionales, días libres remunerados, programas de pensiones, permisos remunerados por enfermedad, bono por desempeño, ventajas de la office, opciones de stock, permisos parentales pagados, servicios de guardería, programas de bienestar, formación de los colaboradores y participación en los beneficios. Hoy en día una buena remuneración según Valega (2018) es el factor más poderoso para fomentar el engagement y un óptimo rendimiento. Sin embargo, no es suficiente la compensación monetaria, es necesario avanzar en el aspecto emocional. Hay una serie de retribuciones de gran repercusión en los colaboradores que van más allá del aspecto financiero de hecho, suelen ser mucho más efectivas y poderosas que el salario económico. Esas compensaciones, que no están relacionadas con el dinero, según Pedro Vieira, Gerente General de Emotions Perú, son bastante utilizadas en las potencias mundiales, donde, además del sueldo económico, se suelen ofrecer otras formas de reconocimiento con el fin de involucrar, estimular y recompensar a los colaboradores. Esto se conoce como salario emocional, e incluyen aspectos relacionados con el reconocimiento, conciliación familiar laboral, desarrollo e integración y todo aquello que pueda incrementar la calidad de vida del trabajador y motivarlo en su vida profesional. Manuel Alejandro Nolte, “Gerente General de Edenred Perú” señala que esto adquiere cada vez más importancia tanto para las empresas como para los colaboradores. El principal beneficio de este tipo

de acción es su impacto positivo, inmediato y duradero, que hace que la persona se sienta más apreciada, lo que se traduce en un mayor bienestar en el trabajo, una disminución en las ausencias y retrasos, un aumento en la productividad, un fortalecimiento del sentido de pertenencia y un mayor compromiso. Cuando un colaborador recibe este tipo de salario, lo acoge con agradecimiento, disfruta de la experiencia y la recuerda como un gesto significativo de su empresa. Además, suele compartir esa experiencia con su familia, amigos y, especialmente, con sus compañeros de trabajo. Existe una diferencia importante en comparación con los estímulos monetarios, ya que estos no logran generar una identificación corporativa, es decir, no logran que los colaboradores experimenten un sentido de compromiso y estén alineados con los valores y metas, la diferencia es abismal respecto del salario emocional. (Hernández, 2021) señala, ambas partes, empresa y colaborador el beneficio es recíproco. En la primera, se optimiza el presupuesto, al mismo tiempo que aumenta la productividad gracias a la eficiencia y motivación. Y para los colaboradores, significa un mejor flujo de efectivo, ya que pueden destinar el resto de sus pagos en otros requerimientos, lo cual mejora su calidad de vida.

(Paritripti, 2023) complementa; aumenta la productividad (20% obtienen mejores resultados cuando reciben beneficios), aumenta la lealtad (60% dicen que son necesarios para su lealtad), disminuye el ausentismo (El 43% señalan que pedirían menos permisos), mejora la contratación (El 57% dicen ser determinante para aceptar un empleo) y aumenta la retención (El 51% planean dejar sus trabajos). No es casualidad señala, (Valega, 2018) que esta iniciativa ha sido implementada en las empresas líderes en administración de talento humano. El engagement y motivación son las principales ventajas ya que desencadenan una serie de beneficios que fortalecen las relaciones entre compañeros, incentiva el trabajo en equipo, estimulan la creatividad y el amor por el trabajo, y reducen las faltas y la rotación. Así mismo, ayuda a enriquecer la relación empresa y colaborador. Antes, se creía que el sueldo era suficiente para motivar a los colaboradores, pero en la actualidad se ha evidenciado que necesitan más estímulos y motivación. Por consiguiente, los administradores del capital humano se ven impulsados a instaurar nuevas propuestas generando el sentido de pertenencia y orgullo por trabajar en una empresa. Investigaciones actuales de España, Portugal y Alemania han revelado que más del 70% de empresas donde han implementado esta tendencia, se ha experimentado un aumento de más del 250% en lo que respecta a la

producción, la motivación y el engagement. Desde la perspectiva del salario emocional, existen diversas categorías que se pueden abordar para estimular la satisfacción; ganando popularidad, difusión y adopción por sus múltiples ventajas y beneficios, especialmente en aquellas donde los departamentos de recursos humanos están más desarrollados y cuentan con profesionales especializados y recursos adecuados. Es evidente que se está tomando conciencia y mostrando interés en esta implementación. Esto es crucial, ya que permite que los colaboradores se perciban como parte integral de una organización.

Manuel Nolte advierte, “cada vez más empresas están adaptando este enfoque salarial. Es fundamental que lo hagan, porque de no aplicarlo se corre el riesgo de perder talento en un mercado laboral competitivo”. Para (Paritripti, 2023) la satisfacción laboral está vinculada con la satisfacción del colaborador. Ignorarla puede llevar a una disminución en el engagement y la motivación, lo que a su vez puede afectar negativamente la efectividad y la productividad en el trabajo. Las encuestas de engagement revelan que el 50% de los colaboradores estaría dispuesto a dejar su trabajo en busca de mejores beneficios. Además (Hernández, 2021) señala; es esencial contar con un plan de beneficios integral y dinámico, que mejore la remuneración sin aumentar los costos laborales e incentivando el engagement laboral. Si una organización desea crecer con sus colaboradores y apoyarlos en medio de la actual crisis, el salario emocional ayudará, sin elevar los costos laborales y (Agurto, 2020) determinó que si una empresa cuenta con un adecuado programa de compromiso ocupacional contribuye a mejorar la satisfacción laboral. En la investigación realizada por (Gil, Puerta, Quintero y Ruiz-Santacruz, 2019), se demuestra por medio de un análisis empírico que las empresas de Colombia que buscan aumentar sus cifras, tener una alta representatividad en el mercado y expandir la base de potenciales clientes, es decir, lograr una alta producción, deben priorizar la gestión de una estrategia que garantice la satisfacción de los colaboradores. Por ello utilizando un modelo de salario emocional, los investigadores encontraron un nexo entre la satisfacción gremial, el empleo y la producción de los colaboradores.

A nivel internacional, (Pérez - Calle et al., 2021) ejecutaron el estudio referente a organizaciones españolas y su resiliencia a los nuevos escenarios poscovid-19. La medida fué estructurar el salario emocional estableciendo como propuesta

prioritaria el desarrollo del área de tecnología y comunicación y la tolerancia horaria, teniendo como señalizador la adaptación a este nuevo escenario y, por consiguiente, la obtención de resultados muy positivos a largo plazo. A nivel latinoamericano en Ecuador, (Bustillos, 2021) implementó un estudio y observó que el problema de las organizaciones era incrementar la planilla ante los bajos grados de eficacia, obteniendo como resultados una alta rotación. Como solución implementó salario emocional con datos alentadores, dando como resultado la eficacia, el engagement y la satisfacción. A nivel nacional, (Tuesta, 2022) publicó un artículo y expuso su gran inquietud por temas laborales que no favorecían a los colaboradores, generando la ineficiencia señalando que esto representaría un gran conflicto al crecimiento de pymes. (Inga, 2021) afirma que el trabajo remoto realizado en pandemia perjudicó a muchos, lo que conllevó al incremento de renuncias al no recibir recompensas que faciliten una faena ideal. El salario emocional de organizaciones que instauran procesos remotos es directamente ineficaz. Así mismo, (Requejo, 2021) enfatiza la necesidad de plantear un sistema de SE para evitar un pésimo y pobre rendimiento. Por consiguiente, la industria farmacéutica en base a los antecedentes y debido a la recesión económica, opta por nuevas estrategias con el propósito de reinventarse, lograr crecimiento y a la vez brindar un SE idóneo para mantener un óptimo engagement no solo a corto plazo sino a largo plazo generando el engagement entre su personal y logrando mucho más reconocimiento como marca empleadora productiva.

Ante esta situación surge el interés por comprender como se relacionan estas variables y se formuló el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación que existe entre salario emocional y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024? y los problemas específicos ¿Cuál es la relación entre las categorías del salario emocional y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024?. La explicación se justificó a partir del enfoque teórico, es decir estará basada en la obtención de datos, conceptos y teorías actuales referente al salario emocional y como afecta al engagement. Enfoque práctico, brindará las percepciones de los encuestados con la finalidad que los directivos de RRHH puedan diseñar u optimizar sus estrategias. Enfoque metodológico, utilizará el procedimiento científico válido y confiable con estas variables, que puedan

implementarse, obteniendo la máxima eficiencia en su aplicación. Y enfoque social, contribuye al bienestar al resaltar la importancia de factores emocionales y sociales en el trabajo y propone acciones realizables para beneficiar al departamento de administración del talento humano. Por otro lado, se propuso el objetivo general: Determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024. Y como objetivos específicos, se planteó: Determinar la relación que existe entre el reconocimiento y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024, Determinar la relación que existe entre la conciliación familiar y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024 y Determinar la relación que existe entre el desarrollo e integración y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.

Como antecedentes de la investigación tenemos como referencia internacional, el estudio realizado por (Domínguez, 2019) en México a 30 colaboradores; “salario emocional como planteamiento para potenciar el talento del capital humano de una empresa operadora de centros de contacto y procesos tercerizados”. El propósito fué demostrar la influencia del estado emocional para promover el talento a largo plazo. El método fue básico, cuantitativo y no experimental co-relacional. Conclusión: el salario emocional juega un papel en la retención y motiva a cumplir con el engagement de la organización. Esta investigación preliminar confirma la importancia del salario emocional en el contexto empresarial. (Lópera, 2019), en un modelo de salario emocional señala que las empresas en Medellín, Colombia piensan que el salario que pagan es lo que hace que un colaborador se sienta satisfecho, por lo que incluso la implementación de un salario emocional para aumentar la productividad como política organizacional no es relevante, ya que no cuentan con evidencia empírica para medir la relación entre emoción y salario. Conclusión: Un modelo de salario emocional adaptado a las necesidades de las empresas permite medir la productividad; la percepción general es que una empresa saludable ayuda a su personal a encontrar un balance entre trabajo y la familia. (Díaz, 2023) en su investigación ¿Cómo influye el salario emocional en la satisfacción laboral?, explora el vínculo empírico de estas

categorías en la época de COVID-19. Se realizó la encuesta a 190 ejecutivos de empresas en Costa Rica durante el 2021. Este análisis utiliza un modelo jerárquico múltiple y ecuaciones estructurales para demostrar que el salario emocional incide sobre la satisfacción laboral. Conclusión: existe alta relación significativa del salario emocional y la satisfacción laboral. (Ingo, 2022) en su investigación, impacto de la inteligencia emocional y la satisfacción en el engagement y el agotamiento del colaborador del sector público Windhoek, Namibia. También se llevó a cabo un examen más detallado de si el compromiso y el agotamiento se experimentan de manera diferente según el sexo, la edad, la antigüedad, la calificación educativa y el estado civil. Se empleó muestreo por conveniencia, recogiendo los datos de 130 colaboradores. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo mediante el uso de cuestionarios. En general, la inteligencia emocional y la satisfacción laboral muestran una alta correlación positiva con el compromiso y agotamiento. Un empleado emocionalmente inteligente y satisfecho puede comprometerse más y experimentar agotamiento. El estudio también informó que la variación en el agotamiento combinado se experimenta de manera diferente según el sexo, sin embargo, el agotamiento combinado y el compromiso laboral combinado no se experimentan de manera diferente según la edad, la antigüedad y el estado civil. (Ravina, 2024) en su estudio: Salario emocional, felicidad y justicia organizacional como detonantes de la gestión de la felicidad, explora el papel mediador del salario emocional y sus influencias en la justicia organizacional y la felicidad en el trabajo. Se propone un estudio cuantitativo, transversal, descriptivo y correlacional. Se seleccionó 502 colaboradores del sector educativo en Costa Rica. Los resultados muestran que el salario emocional tiene un impacto positivo en la felicidad en el trabajo y que media positivamente entre la justicia organizacional y la felicidad en el trabajo. (Ye, 2016) en su estudio, relación entre trabajo emocional, entre médicos y pacientes y compromiso afectivo: un estudio empírico de médicos en hospitales de China, los datos se recopilaron a través de cuestionarios (N = 218), dirigidos a médicos. Los resultados señalan la existencia de una alta relación significativa en el nivel de trabajo emocional y compromiso afectivo. Y existe diferencia muy significativa del nivel de trabajo emocional con el colega y el trabajo emocional con el paciente. (Selvi, 2023) en su investigación, examinó la conexión de la inteligencia emocional y compromiso del sector automotriz en Chennai. Este estudio fue descriptivo, transversal y se reclutó a 184 colaboradores. El resultado mostró una



fuerte correlación entre el compromiso e inteligencia emocional. En general, la inteligencia emocional y compromiso laboral hace implicarse de todo corazón en el trabajo cognitiva, física y emocionalmente. (Tsaio, 2022) en su estudio, rol de la inseguridad laboral en el agotamiento y el compromiso laboral en la pandemia: el efecto diferenciador de la recompensa organizacional y las políticas de bienestar. Se recopilaban datos en dos oleadas de 344 colaboradores y gerentes en China, lo que demuestra que la incertidumbre laboral afecta negativamente el compromiso en el trabajo. En contraposición, la inseguridad laboral tuvo un efecto positivo muy significativo sobre el agotamiento emocional. Otro hallazgo fue que la normativa de recompensas estaba menos relacionada negativamente con la incertidumbre laboral. Además, la política de cuidados se vinculó menos positivamente con la inseguridad laboral que con el agotamiento emocional de los colaboradores. (De Osambela, 2023) en su análisis, gestión de endomarketing vinculado al personal de un municipio en Lima. En este contexto, los colaboradores son socios corporativos que requieren satisfacción, para trabajar motivados y con el compromiso de otorgar productos y servicios de muy alta calidad que cubran las perspectivas. El diseño fue no experimental, cuantitativo, correlacional y transversal. Se encontró que 58,82% considera excelente al endomarketing, 41,18% lo observó no tan bueno y no existió expresiones de catalogarlo malo; en caso del engagement, un 70,59% lo ve como bueno, 27,06% que lo ve aceptable y sólo el 2,35% ve el engagement como pésimo.

El artículo realizado por (Yépez, 2020) Análisis de los métodos de salario emocional que retienen al personal, caso: organización de servicio en la ciudad de Quito. Tuvo como objetivo analizar cómo las prácticas de salario emocional impactan en la fidelización en una empresa de servicios, con el propósito de optimizar la gestión del capital humano. La muestra fué 120 colaboradores, distribuidos en diversas áreas y cargos. Se empleó un diseño de investigación descriptiva, correlacional para identificar la conexión del salario emocional y la fidelización del colaborador. La data reveló correlaciones significativas, con una correlación de Spearman de 0.657 del desarrollo y crecimiento profesional con la motivación, y de 0.746 entre reconocimiento y la motivación, relaciones personales, liderazgo y ambiente laboral en general. Asimismo, se encontró una correlación de 0.751 entre el compromiso y la motivación, la normativa de puertas abiertas, liderazgo y entorno laboral. Los datos fueron analizados a través de correlaciones de Pearson utilizando

el SPSS. Conclusión, el salario emocional efectivo mejora la fidelización y optimiza el uso de los recursos empresariales, contribuyendo así a un ambiente laboral más motivador y comprometido. La investigación de (Espinoza, 2021), Salario emocional: una solución alternativa para mejorar el rendimiento laboral. El objetivo fué analizar los beneficios del salario emocional en el rendimiento, motivación y la armonía laboral. Se llevó a cabo con 300 colaboradores de diversas empresas multinacionales en México. La investigación se enmarca en un enfoque descriptivo y co-relacional analizando la vinculación del salario emocional y variables como: rendimiento y la satisfacción laboral. Los resultados revelaron correlaciones significativas, como una correlación de Spearman ( $\rho=0.75$ ) entre el salario emocional y el compromiso de los colaboradores, indicando una asociación positiva y estadísticamente significativa. Además, se encontró un  $\rho = 0.68$  entre el salario emocional y la motivación laboral, respaldando la influencia positiva de este tipo de remuneración en el desempeño y la actitud de los colaboradores. Conclusión: se demostró que la implementación del salario emocional tiene efecto altamente significativo en el desempeño laboral y motivación, lo que puede contribuir a alcanzar los objetivos corporativos. Así mismo se subraya la importancia de considerar el salario emocional como una estrategia efectiva para mejorar la productividad y el compromiso en las empresas modernas. El estudio realizado por (Echeverri et al., 2020), salario emocional y patrones de aprendizaje organizacional, se realizó con el objetivo de investigar la conexión entre las diferentes categorías del salario emocional y los patrones de aprendizaje, centrándose en la gestión humanizada en las empresas. Consistió en 200 colaboradores con un estudio de tipo correlacional, el diseño fué no experimental. Los datos revelaron correlaciones significativas, como la correlación de Spearman ( $\rho$ ) entre el salario emocional y la motivación intrínseca ( $\rho = 0.75$ ,  $p < 0.05$ ). Asimismo, se encontró una co-relación alta positiva del reconocimiento emocional y la armonía laboral ( $\rho = 0.68$ ,  $p < 0.05$ ). Conclusión: es importante implementar el salario emocional para incentivar un entorno laboral agradable y favorecer el aprendizaje organizacional. Se resaltó la necesidad de considerar no solo los incentivos económicos, sino también el reconocimiento emocional como una forma efectiva de motivación. En el estudio de (Berrospi, 2020); salario emocional y desempeño laboral de los colaboradores de la UGEL Pasco 2019 el objetivo fué demostrar cómo está vinculado el salario emocional y el desempeño, utilizando una muestra de 67 colaboradores. El método

fue básico, cuantitativo y no experimental co-relacional. Los hallazgos revelaron una co-relación alta significativa ( $\rho = 0.75$ ,  $p < 0.05$ ) del salario emocional y el rendimiento laboral, indicando que, a mayor percepción de salario emocional, mayor es el rendimiento laboral. Conclusión: destaca la importancia de considerar el salario emocional como un factor influyente en el rendimiento laboral que promueva un ambiente laboral emocionalmente positivo para mejorar el desempeño en la UGEL Pasco.

En el estudio realizado por (Rodríguez, 2020), El salario emocional y la correlación con rangos de efectividad en los colaboradores de un municipio piurano, el propósito fue demostrar dicha correlación usando el enfoque cualitativo, diseño experimental tipo descriptivo, co-relacional y tipo transversal. El procedimiento utilizado fue a través de una encuesta y los resultados revelaron una fuerte vinculación del salario emocional y eficacia de los colaboradores. Según (Llashag, 2020), su estudio salario emocional y engagement en colaboradores del distrito del Callao 2020 tuvo como objetivo analizar la conexión entre salario emocional y engagement de un Call Center. Este estudio se realizó con diseño no experimental y transversal, encuestando a 260 colaboradores. Los resultados revelaron una correlación directa significativa del salario emocional y el engagement, con una correlación de Spearman ( $Rho=0.510$ ), indicando que, a mayor salario emocional, mayor engagement se presentaba en los colaboradores del call center. Conclusión: se destacó la relevancia de instaurar un ambiente de trabajo que promueva el salario emocional como plan de acción para incrementar el engagement y el involucramiento en las tareas, lo que puede traducirse en beneficio tanto para el trabajador como para la empresa en términos de productividad y bienestar laboral.

En el estudio de (Suárez y Cuya, 2019) conexión del salario emocional y la eficiencia laboral de 296 colaboradores de una institución financiera pública en Lima, 2018. Tuvo el propósito de demostrar la existencia de una relación significativa. El método fue básico, cuantitativo, no experimental y co-relacional. El resultado reveló una alta correlación entre oportunidades de desarrollo y efectividad. La data reveló una alta correlación positiva y significativa ( $\rho=0.75$ ,  $p < 0.01$ ) del SE y la eficiencia laboral, según la correlación de Spearman. Esto indica que cuando aumenta la percepción de salario emocional, también aumenta la eficiencia en el trabajo. Estos hallazgos respaldan la importancia de considerar el salario emocional como un factor influyente en el desempeño laboral. Conclusión: se destaca que el crecimiento profesional es un factor vital para la obtención de óptimos resultados en las

operaciones de las instituciones financieras. El estudio realizado por (León, 2022), Salario emocional y compromiso corporativo de los trabajadores de una institución privada en Trujillo, 2022 tuvo el objetivo de evidenciar la repercusión de salario emocional con el engagement. La muestra consistió en 35 colaboradores, diseño co-relacional, utilizando un cuestionario de salario emocional y compromiso organizacional como herramientas de recolección de datos. Los resultados revelaron una relación positiva y significativa del salario emocional y compromiso organizacional, con una correlación de Spearman ( $\rho=0.62$ ), indicando efecto grande. Específicamente, se encontraron altas relaciones positivas y estadísticamente significativas entre el salario emocional y el compromiso afectivo ( $\rho=0.72$ ,  $p=0.000$ ) y el compromiso normativo ( $\rho = 0.59$ ,  $p < 0.05$ ). Pero, se evidenció una conexión positiva de efecto moderado, pero no significativa, con el compromiso de continuidad ( $\rho=0.31$ ,  $p=0.06$ ). Conclusión: se determinó que un mayor salario emocional se relaciona con un mayor compromiso organizacional. Por ello es importante implementar estrategias que promuevan el reconocimiento y la conciliación familiar en el entorno laboral para fortalecer el compromiso de los colaboradores.

Se describen los conceptos teóricos que avalan las variables protagónicas, en primera instancia. (Koo et al., 2020) sostiene que el salario emocional hace mención a las acciones que realiza una organización para distinguir el desempeño de una manera que va más allá de la compensación económica tradicional. Se trata de reconocer el valor de las competencias y promover su satisfacción en el entorno empresarial, lo que a su vez impulsa un mayor nivel de engagement y permanencia en la organización. Según (Espinoza, 2021), el salario emocional se refiere a los elementos no económicos que distinguen el engagement, fomentando su satisfacción y promoviendo su crecimiento personal y profesional. (Jang, 2019), define SE como la compensación no monetaria, pero de gran importancia que el entorno laboral proporciona a sus miembros. Su objetivo es establecer un intercambio entre el trabajo realizado y la remuneración recibida, lo que permite establecer una buena relación empleado-empresa. Tomando en cuenta los antecedentes mencionados, se fortalece la idea de que los componentes del salario emocional, cuando se gestionan adecuadamente, pueden generar un sentido de

pertenencia más sólido hacia la organización. Lo que resulta en una mayor retención y, en última instancia, en una reducción de la rotación.

La siguiente variable según el diccionario de (Allen, 2019), se define el engagement; a la capacidad para percibir como propios las metas de una empresa, implica un compromiso personal y profesional en alinear las metas individuales con los objetivos de la empresa. Requiere una actitud de responsabilidad, apoyo a las decisiones organizacionales y compromiso con los principios de la empresa. Esto contribuye a la efectividad y éxito al crear una cultura de compromiso, colaboración y alineación entre los colaboradores y los objetivos del negocio. El engagement organizativo se define, según (Guzmán et al., 2020) como: un indicador importante que demuestra un colaborador hacia su centro laboral. Esto se evidencia a través del apoyo en las actividades a realizar y la consecución de los objetivos establecidos. Los colaboradores muestran una predisposición a realizar tareas en reciprocidad a lo que reciben de una organización, tanto en términos de remuneración como de contribución. De acuerdo con (Sarhan et al., 2020), el engagement organizacional implica una manifestación por parte del colaborador no solo por el cumplimiento de funciones establecidas en el trabajo, sino en la disposición a participar en actividades adicionales y realizar contribuciones extras que son importantes para el crecimiento de la organización. Esto requiere un engagement activo y una disposición a involucrarse más allá de lo estrictamente requerido en el puesto, demostrando un alto nivel de implicación y dedicación. Según (Ahad et al., 2021), el engagement organizacional es un atributo deseable que se manifiesta en los colaboradores y que está relacionado principalmente con motivadores externos, especialmente la remuneración y el entorno laboral. Pero, también puede atribuirse a motivadores internos, como la vocación y la inclinación hacia el logro placentero. Estos elementos contribuyen al engagement y la dedicación de los colaboradores hacia su trabajo y hacia la organización en general. Según (Giao et al., 2020), el engagement organizacional ofrece el beneficio principal de desarrollar colaboradores más eficientes y comprometidos esto conlleva a alcanzar metas más efectivas, mantener colaboradores motivados y minimizar el ausentismo y la migración. Estos resultados tienen implicancias directas en la satisfacción y el rendimiento.

## II. METODOLOGÍA

Este trabajo fué básico, con el propósito de incrementar aportes científicos y teóricos sin alterar directamente la realidad y consiste en la autenticidad de trabajos para que la información obtenida permita en lo sucesivo ser tomada como referente en la gestión de talento y personas y usar esta data de manera óptima con un propósito primordial. (Concytec, 2018). Su enfoque será cuantitativo, porque se recolectará data numérica y se realizará procedimientos estadísticos con el propósito de cuantificar los datos obtenidos (Sánchez, 2018). El diseño será no experimental; es decir en este proceso de estudio no se manipulan las variables, descriptivo correlacional; se medirá el salario emocional y engagement detallando cual es la correlación existente entre las variables, luego entre sus categorías, con la finalidad de evidenciar su dinámica relacional y transversal ya que se recolectarán los resultados en un periodo de tiempo específico (*Ver Anexo 7*).

Se utilizó dos variables: Variable 1 Independiente: *Salario emocional*. Hace referencia a las acciones que realiza una organización para distinguir el desempeño de sus colaboradores de una manera que va más allá de la compensación económica tradicional (Koo et al.,2020). En lo que se refiere a las categorías, se asume la conveniencia de Calderón (2019), señalando la existencia de tres categorías: reconocimiento, conciliación familiar y desarrollo e Integración. Variable 2 Dependiente: *Engagement*. (Alles, 2016) Se refiere a la habilidad para respaldar y ejecutar decisiones en total consonancia con la consecución de metas compartidas, así como para anticipar y superar barreras que puedan interrumpir el cumplimiento de las metas. Además, consideran esta variable en 3 categorías: engagement afectivo, engagement de continuidad y engagement normativo (*Ver Anexo 1*).

La población está formada por todos los 76 colaboradores del área de promoción y ventas que trabajan actualmente en una industria farmacéutica. Asimismo, se informa que no está considerada el área administrativa u otras áreas por que se busca examinar sólo las percepciones del área de promoción y ventas con relación al salario emocional y engagement. La muestra (N=60) fué determinada por criterios de inclusión: a) Encuestados del área de promoción y ventas. b) Que laboren en el año 2024, c) Vivir en Trujillo, d) Tener predisposición y acceso a la encuesta, e) Tener mínimo 1 año y f) Que sean voluntarios. Y los criterios de exclusión: a) No ser del área de promoción y ventas, b) No vivir en Trujillo, c) Que no respondan el

cuestionario, d) menos de 1 año, e) Que se encuentren de descanso y/u otro motivo de ausencia y f) Que se vayan antes de culminar con el instrumento. La muestra se puede expresar como un segmento tomado de una población específica con la finalidad de determinar o evaluar las cualidades que definen a toda la población (Niño, 2021). La técnica aplicada de muestreo es no probabilística por conveniencia, es decir los participantes fueron elegidos con intención según su disposición y accesibilidad, que se alinea directamente con los objetivos planteados para la investigación y se dirige hacia un grupo poblacional definido (Otzen y Manterola, 2017). Y la unidad de análisis, está constituida por cada trabajador del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024. La técnica de recolección es la encuesta y se utilizó el cuestionario como instrumento que va a permitir recopilar la data para la investigación de manera anónima, este proceso se realizó por facultativos, para valorar el nivel de confianza del cuestionario, con el propósito de argumentar al problema (Ther, 2017). Este cuestionario está respaldado por la metodología de (Bernal, 2010) que señala que en el cuestionario se acepta la recopilación de datos necesarios que pueden abarcar preguntas con relación a los elementos investigados. Se adaptó y empleó el cuestionario Salario emocional, elaborado por Calderón, 2019 modificado y validado por Aguilar, Salgado y Méndez ya que es de aplicación grupal, para mayores de edad, la duración será de 10-15 minutos y tiene 19 ítems distribuidos en tres categorías: reconocimiento (4), conciliación familiar (3) y desarrollo e integración (12). La puntuación global se clasifica en tres niveles según baremo: baja (19-44 puntos), media (45-70 puntos) y alta (71-95 puntos) (Ver Anexo 2.1). Así mismo se aplicó el cuestionario de engagement, creado por (Meyer y Allen, 1997), la utilización será grupal, un máximo de 10 minutos, cuenta con 18 preguntas distribuidos en sus tres categorías: engagement afectivo (7), engagement de continuidad (5) y engagement normativo (6). La puntuación global se clasifica en tres niveles según baremo: baja (18-42 puntos), media (43-67 puntos) y alta (68-90 puntos) (Ver Anexo 2.2). En ambos instrumentos se empleó escala de Likert con cinco respuestas: Nunca=1, Casi Nunca=2, A veces=3, Casi Siempre=4 y Siempre=5 (Ver Anexo 2).

Ambos instrumentos; SE y engagement fueron validados previamente por cinco expertos, luego se implementó la Prueba de V de Aiken, donde se encontró que las dos variables arrojaron un índice general mayor a 0.96 lo que significa que tienen una validación fuerte (Ver Anexo 3). Así mismo se realizó la confiabilidad con la

aplicación de los cuestionarios en una muestra piloto de 20 trabajadores de una industria farmacéutica con características similares a la muestra de estudio, seguido de ello se aplicó la prueba de alfa de Cronbach encontrándose los coeficientes de confiabilidad de 0.964 y 0.829 respectivamente lo que significa que tienen una excelente confiabilidad (*Ver Anexo 4*). La aplicación del instrumento inició con la aprobación del proyecto de investigación por la Universidad Cesar Vallejo (*Ver Anexo 8*). Así mismo se presentó una solicitud de consentimiento informado desde un inicio se informó a cada colaborador el fin del estudio y que los datos personales son confidenciales (*Ver Anexo 5*).

En el análisis de los datos, la información recolectada a través de la implementación de dos cuestionarios se registró en una hoja de cálculo del software Excel, que permitió un mejor manejo de las variables después fueron transferidos al software IBM SPSS v.27, para obtener la prueba de normalidad por medio de Kolmogorov - Smirnov (para una muestra mayor a 50). Se usó el coeficiente de Spearman para evidenciar la fuerza de la relación. De 1 - 0,5 (relación fuerte), de 0.49 - 0.30 (relación moderada) y menor de 0.29 (relación débil).

En este acápite se considerarán los principios éticos conforme a los estándares nacionales, incluyendo el código nacional de integración científica, (Renacyt, 2021). Así también el Informe Belmont, que incluye el respeto, beneficencia y protección de la autonomía individual, con el fin de incrementar beneficios y reducir probables daños de la intervención. Se mantendrá la confidencialidad, por lo tanto, no habrá ninguna manipulación con intención para con los resultados. Está orientada a las normas APA, es decir los datos brindados son totalmente fidedignos. Existirá respeto a los derechos y aporte de los autores que se tomaron como referentes para esta investigación. Así mismo, se tendrá como referente importante al Código de ética de la UCV donde en su Artículo 4° se señala que el personal investigador deberá pedir el permiso y no compartir ni alterar la data. Y, el Código de ética del Colegio de Psicólogos Peruano, 2017, señala en el Art. 54° que la utilización de cualquier cuestionario deberá emplear los parámetros según su guía. Finalmente, para asegurar la originalidad de este trabajo, se empleará la herramienta Turnitin, la cual verifica posibles contenidos no originales comparando los documentos enviados con diversas bases de datos y se siguió las directrices de la guía 081-2024 para cumplir con los indicadores de la universidad.



### III. RESULTADOS

**Tabla 1**

*Relación entre el SE y engagement en los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.*

SE (SL)	ENGAGEMENT (E)						Total		Rho de Spearman
	Bajo		Medio		Alto		N	%	
	N	%	N	%	N	%			
<b>Bajo</b>	30	50.0%	1	1.7%	0	0.0%	31	51.7%	r= ,944
<b>Medio</b>	4	6.7%	8	13.3%	0	0.0%	12	20.0%	
<b>Alto</b>	0	0.0%	3	5.0%	14	23.3%	17	28.3%	p=,000
<b>Total</b>	34	56.7%	12	20.0%	14	23.3%	60	100.0%	

*Nota:* Esta tabla muestra la relación entre el SE y el engagement. Datos procesados en el programa SPSS-27.

#### Interpretación:

La tabla 1, proporciona una visión sobre la relación entre el nivel de SE percibido (bajo, medio, alto) y el nivel de engagement. El 51.7% de los colaboradores con un bajo nivel de SE tienen un engagement bajo, lo que indica que la mayoría de quienes perciben un SE bajo también reportan un engagement bajo. Esto sugiere una clara relación negativa entre un SE bajo y el nivel de compromiso. Un alto porcentaje de estos colaboradores (50.0%) reporta un engagement bajo. Esto puede indicar que un SE insuficiente es un factor significativo que afecta negativamente el compromiso. El 1.7% tienen un nivel medio de engagement y ninguno tiene un alto nivel de engagement. De los colaboradores con un SE medio (20%) el 6.7% tienen un bajo nivel de engagement. Un (13.3%) tiene un engagement medio, pero no hay colaboradores con engagement alto en esta categoría. Esto puede sugerir que un SE medio no es suficiente para elevar el nivel de engagement a niveles altos. En contraposición, del 28.3% de aquellos con un alto SE el 23.3% reportan un engagement alto, lo que sugiere que un SE elevado está asociado a reportar niveles más altos de engagement y ninguno tiene un bajo nivel de engagement sin embargo un 5% tienen un engagement medio. Al aplicar el coeficiente de correlación Spearman, se encontró el valor de  $r = 0.944$  ( $p = 0.000$ ), lo que indica una alta correlación positiva y significativa del SE y el engagement. Los colaboradores que perciben un SE alto tienen significativamente más probabilidades de tener un alto nivel de compromiso en comparación con aquellos con un SE bajo o medio. Un significativo 56.7% de todos los colaboradores presentan un bajo engagement, destacando la necesidad de estrategias para mejorar este aspecto crucial.

**Tabla 2**

*Relación entre reconocimiento y engagement en los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.*

RECONOCIMIENTO	ENGAGEMENT (E)						Total		Rho de Spearman
	Bajo		Medio		Alto		N	%	
	N	%	N	%	N	%			
<b>Bajo</b>	18	30.0%	3	5.0%	0	0.0%	21	35.0%	r= ,680
<b>Medio</b>	12	20.0%	4	6.7%	2	3.3%	18	30.0%	
<b>Alto</b>	4	6.7%	5	8.3%	12	20.0%	21	35.0%	p=,000
<b>Total</b>	34	56.7%	12	20.0%	14	23.3%	60	100.0%	

*Nota:* Esta tabla muestra la relación reconocimiento y engagement. Datos procesados en el programa SPSS-27.

Interpretación:

La tabla 2, evidencia la conexión del nivel de reconocimiento percibido (bajo, medio, alto) y el nivel de engagement (compromiso) de los colaboradores. A continuación, se realiza la interpretación de los datos:

En la distribución general, del 35.0% de los colaboradores con un bajo nivel de reconocimiento, un alto porcentaje (30.0%) de estos colaboradores con bajo reconocimiento tienen un engagement bajo y ningún empleado con bajo reconocimiento tiene un alto nivel de engagement. Esto muestra que la falta de reconocimiento puede contribuir significativamente a un bajo nivel de compromiso entre los colaboradores. Del 30.0% de los colaboradores con un nivel medio de reconocimiento, un 20.0% de los colaboradores con reconocimiento medio tienen un engagement bajo, mientras que solo un 3.3% reporta un engagement alto. Esto puede indicar que un reconocimiento medio es insuficiente para elevar el engagement a niveles altos. Por otro lado, 35.0% de aquellos con un alto nivel de reconocimiento reportan un engagement alto. Estos datos sugieren que un mayor reconocimiento está asociado con niveles más altos de engagement. El 20.0% de los colaboradores con un alto reconocimiento reportan un engagement alto, lo que indica una asociación positiva entre altos niveles de reconocimiento y altos niveles de compromiso. Sin embargo, hay una porción significativa de colaboradores con reconocimiento alto (8.3%) que tienen un engagement medio.

Al aplicar la prueba de Spearman, se halló el valor de  $r = 0.680$  ( $p = 0.000$ ), lo que señala una co-relación positiva y significativa entre el reconocimiento y el engagement.

**Tabla 3**

*Relación entre conciliación familiar y engagement en los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.*

CONCILIACIÓN FAMILIAR	ENGAGEMENT (E)						Total		Rho de Spearman
	Bajo		Medio		Alto		N	%	
	N	%	N	%	N	%			
Bajo	22	36.7%	4	6.7%	1	1.7%	27	45.0%	r= ,603 p=,000
Medio	10	16.7%	3	5.0%	6	10.0%	19	31.7%	
Alto	2	3.3%	5	8.3%	7	11.7%	14	23.3%	
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>56.7%</b>	<b>12</b>	<b>20.0%</b>	<b>14</b>	<b>23.3%</b>	<b>60</b>	<b>100.0%</b>	

*Nota:* La tabla muestra la relación conciliación familiar y engagement. Datos procesados en programa SPSS-27.

#### Interpretación:

La tabla 3, presenta la relación entre el nivel de conciliación familiar percibido (bajo, medio, alto) y el nivel de engagement (compromiso) de los colaboradores. A continuación, se realiza la interpretación de los datos:

En la distribución general, del 45.0% de los colaboradores con un bajo nivel de conciliación familiar, un porcentaje significativo (36.7%) de los colaboradores con baja conciliación familiar reportan un engagement bajo, indicando que una dificultad en la conciliación laboral y personal está asociada con un bajo nivel de compromiso. Esto demuestra que los problemas de conciliación familiar pueden tener un impacto negativo considerable en el compromiso de los colaboradores. Del 31.7% de los colaboradores que tienen una conciliación familiar media, el 16.7% de los colaboradores con conciliación familiar media reportan un engagement bajo, mientras que sólo 10.0% tienen un engagement alto. Esto sugiere que una conciliación familiar media no siempre conduce a un alto engagement, pero puede mejorar el compromiso en comparación con una conciliación baja. Además, 23.3% de aquellos con alta conciliación familiar reportan un engagement alto. Esto sugiere que una mejor conciliación familiar está vinculada a niveles más altos de engagement. Sólo 3.3% de los colaboradores con alta conciliación familiar tienen un engagement bajo, mientras que un 11.7% reporta un engagement alto. Esto indica una relación positiva entre una buena conciliación familiar y un engagement alto, aunque el número total de colaboradores con alta conciliación familiar es menor.

Al aplicar la prueba de Spearman, se calculó un valor de  $r = 0.603$  ( $p = 0.000$ ), lo que señala una correlación positiva y significativa de la conciliación familiar y engagement.

**Tabla 4**

*Relación entre desarrollo e integración y engagement en los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.*

DESARROLLO E INTEGRACIÓN	ENGAGEMENT (E)						Total		Rho de Spearman
	Bajo		Medio		Alto		N	%	
	N	%	N	%	N	%			
Bajo	30	50.0%	3	5.0%	0	0.0%	33	55.0%	r= ,869 p=,000
Medio	4	6.7%	6	10.0%	0	0.0%	10	16.7%	
Alto	0	0.0%	3	5.0%	14	23.3%	17	28.3%	
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>56.7%</b>	<b>12</b>	<b>20.0%</b>	<b>14</b>	<b>23.3%</b>	<b>60</b>	<b>100.0%</b>	

*Nota:* La tabla muestra relación desarrollo e integración y engagement. Datos procesados en programa SPSS-27.

#### Interpretación:

La tabla 4, visualiza la correlación entre los niveles de desarrollo e integración percibido (bajo, medio, alto) y el nivel de engagement (compromiso) de los colaboradores. A continuación, se presenta la interpretación de los datos:

En la distribución general, del 55.0% de los colaboradores con un bajo nivel de desarrollo e integración, un porcentaje significativo 50.0% de los colaboradores con bajo desarrollo e integración tienen un engagement bajo, lo que indica que la falta de desarrollo y oportunidades de integración puede llevar a un bajo nivel de compromiso. Mientras que solo 5.0% tienen un engagement medio y ninguno un alto nivel de engagement. Esto indica que el bajo nivel de desarrollo e integración tiene un impacto negativo considerable en el compromiso de los colaboradores. Del 16.7% de los colaboradores con un desarrollo e integración medio, el 6.7% de los colaboradores tienen un engagement bajo, mientras que 10.0% tienen un engagement medio y ninguno un alto engagement. Esto muestra que un desarrollo e integración medio no siempre se traduce en un alto engagement, pero mejora el compromiso en comparación con el desarrollo e integración bajo. Finalmente, el 28.3% de los colaboradores con alto desarrollo e integración reportan un engagement alto. Esto sugiere que un desarrollo e integración adecuados están asociados con niveles más altos de engagement. Ningún empleado con alto desarrollo e integración reporta un engagement bajo, mientras que 23.3% tienen un engagement alto. Esto indica una fuerte relación positiva entre un buen desarrollo e integración y un alto engagement.

Al aplicar la prueba de Spearman, se evidenció un  $r = 0.869$  ( $p = 0.000$ ), lo que indica una alta correlación positiva y estadísticamente significativa del desarrollo e integración y el engagement.

**TABLA 5**

*Factores sociodemográficos de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.*

<b>Variables</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Género	Masculino	48	80.00%
	Femenino	12	20.00%
	<b>Total</b>	60	100.00%
Edad	18 - 39 años	35	58.33%
	40 - 59 años	21	35.00%
	60 - 70 años	4	6.67%
	<b>Total</b>	60	100.00%
Estado Civil	Soltero	8	13.33%
	Casado	48	80.00%
	Otros	4	6.67%
	<b>Total</b>	60	100.00%
Grado de instrucción	Secundario	17	28.33%
	Técnico	33	55.00%
	Superior	10	16.67%
	<b>Total</b>	60	100.00%

*Nota:* La tabla muestra factores sociodemográficos de colaboradores. Datos procesados en programa SPSS-27.

En la tabla 5, el SE y engagement tiende a ser baja en la mayoría de grupos, con algunas diferencias: Los hombres, los más jóvenes y casados tienden a percibir un mayor SE y engagement. Aquellos con niveles educativos secundarios y superiores parecen tener una percepción más positiva del SE y engagement en comparación con aquellos con educación técnica. En el reconocimiento: hombres y personas mayores tienden a experimentar niveles más bajos. Los casados y aquellas con niveles educativos más altos tienen una mayor probabilidad de un reconocimiento medio o alto. En la conciliación familiar: hombres reportan mejores niveles que mujeres. Los casados y aquellos con educación técnica o superior tienden a experimentar mejores niveles. Y en el desarrollo e integración: hombres, personas más jóvenes y casados tienen una mejor representación en los niveles medio y alto. Aquellos con educación superior también tienden a tener una mejor integración y desarrollo. Para mejorar, se podrían considerar: 1. Implementar políticas que mejoren el SE como: reconocimiento equitativo e inclusivo, conciliación familiar con trabajo flexible y apoyo familiar y desarrollo e integración con capacitación profesional, especialmente para grupos con menor percepción, como mujeres y personas con educación técnica. 2. Y fomentar una cultura organizacional que valore el engagement, especialmente a grupos con menores niveles de engagement, como mujeres y personas solteras.

#### IV. DISCUSIÓN

El principal objetivo de este estudio fué evidenciar la correlación existente entre salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024. La data resultante refiere la existencia de una correlación positiva muy alta ( $r=0,944$ ) y estadísticamente significativa ( $p=0.000$ ), resultados que permiten aceptar que el salario emocional está estrechamente relacionado con el compromiso organizacional (engagement). Como objetivos específicos, se pretende determinar la existencia de una relación positiva y significativa entre el reconocimiento, conciliación familiar y desarrollo e integración con el engagement de los colaboradores. Al aplicar las pruebas de correlación de Spearman, se obtuvo valores de: ( $r = 0.680, p = 0.000$ ) y ( $r = 0.603, p = 0.000$ ) lo que indica una correlación positiva moderada y significativa del reconocimiento y conciliación familiar respectivamente con el engagement. Y se obtuvo el valor de ( $r = 0.869, p = 0.000$ ) lo que indica una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre el desarrollo e integración y engagement. El análisis de estos datos indica que hay una relación significativa entre el SE y engagement. Esto implica que a medida que aumenta la percepción del SE, también lo hace su engagement.

El análisis en torno a la administración del capital humano para entender los hallazgos muestra que fomentar estímulos positivos activa un estado de vinculación y pertenencia con la empresa. Esto se debe a la percepción de interés que la organización muestra hacia sus colaboradores, lo que lleva a que el personal, a su vez, se sienta motivado a retribuir a la empresa los beneficios que reciben, manifestado con un accionar comprometido, que finalmente resulta beneficioso para ambas partes ya que el crecimiento de la empresa favorece a sus integrantes (Echeverri et al., 2020).

Estos resultados descritos presentan similitud y consistencia con investigaciones correlacionales recientes de otros países que son relevantes ya que brindan un panorama más amplio para entender los hallazgos de este estudio por que han evidenciado la relación positiva del SE en el engagement. Así, en Ecuador el estudio realizado por (Yépez, 2020), "Análisis de los métodos de SE que retienen al colaborador, caso: empresa de servicio en la ciudad de Quito" reveló correlaciones significativas de la motivación, con una correlación de Spearman de 0.746 con el reconocimiento, 0.751 con el compromiso y 0.657 con el crecimiento y desarrollo

profesional. En México, la investigación de (Espinoza, 2021), “SE: una solución alternativa para mejorar el desempeño en el trabajo” reveló una relación de Spearman ( $r = 0.75$ ) entre el SE y el compromiso, indicando una asociación positiva y estadísticamente significativa. Además, se encontró un  $r = 0.68$  entre el SE y la motivación laboral, respaldando la relación positiva de este tipo de remuneración en el desempeño y la actitud de los colaboradores. Así también en Colombia, el estudio realizado por (Echeverri et al., 2020), “SE y patrones de aprendizaje organizacional”, los datos revelaron la correlación de Spearman entre el SE y la motivación intrínseca ( $\rho = 0.75$ ,  $p < 0.05$ ) y una relación positiva del reconocimiento y satisfacción laboral ( $\rho = 0.68$ ,  $p < 0.05$ ) enfatizando que es importante implementar el SE para incentivar un entorno laboral armonioso y favorecer el aprendizaje organizacional. Lo cual señala que los resultados encontrados en este análisis no son aislados, al contrario, están respaldados por otras investigaciones quizás con diferentes muestras y contextos laborales pero que refuerzan la evidencia que existe esta relación.

Se comparó los resultados obtenidos de estudios nacionales e incluso locales con los resultados de esta investigación que tiene una correlación positiva muy alta del SE y engagement ( $r=0.944$ ,  $p=0.00$ ). Tal es el caso del estudio sobre la relación entre el SE y el rendimiento laboral del estudio de Berrospi (2020) que se enfocó en el colaborador de la UGEL Pasco en 2019 y halló una relación significativa ( $r=0.773$ ,  $p<0.05$ ) indicando que el SE está positivamente asociado al rendimiento laboral. Cabe señalar que la muestra ( $n=67$ ) fue muy similar a la de la presente investigación, pero el contexto laboral fue muy diferente pese a ello, los datos apoyan la concepción de que el SE afecta positivamente al desempeño laboral. Así también Rodríguez (2020) encontró que el SE implementado en 107 colaboradores del municipio de Piura, muestra una relación positiva, fuerte y significativa ( $r=0.63$ ,  $p < 0.05$ ) con la interacción entre colaboradores, lo que define un compromiso efectivo con el entorno laboral, estos datos respaldan la data de la investigación. El estudio de Llashag, (2020), SE y engagement en 260 colaboradores de un call center del Callao reveló una correlación directa significativa del SE y engagement, con un coeficiente de Spearman ( $Rho=0.510$ ), indicando que, a mayor SE, mayor engagement se presentaba en los colaboradores. A diferencia de los estudios locales antes mencionados, en este estudio la correlación de Spearman se evidenció más fuerte debido a que el área de promoción y ventas está más enriquecida de beneficios intangibles vs una unidad de gestión educativa local, municipio o call center.

El estudio de Suárez y Cuya (2019), Vínculo entre SE y la eficiencia de 296 colaboradores de una financiera pública en Lima 2018, reveló una alta relación positiva y estadísticamente significativa ( $\rho = 0.75$ ,  $p < 0.01$ ) entre oportunidad de desarrollo y efectividad, según la correlación de Spearman. Esto indica que cuando aumenta la percepción de SE, también aumenta la eficiencia en el trabajo. Este referente muestra la importancia del desarrollo profesional del colaborador dentro de una organización. Este estudio tiene una mayor cantidad de muestra y se evidencia que el coeficiente de Spearman es mayor debido a que a diferencia de otros contextos laborales las entidades financieras también tienen un gran despliegue de beneficios no monetarios para su personal. El desarrollo e integración es clave en el SE, y se hace mención al aprendizaje y capacitación continua que los trabajadores reciben de su empresa. También incluye escenarios formativos y académicos según la actividad de los colaboradores, el mentoring y el plan de carrera, con el propósito de fomentar una mayor calidad profesional y facilitar oportunidades de ascenso y promoción. Por lo tanto, se considera uno de los aspectos más importantes del SE, ya que, aunque no aporta beneficios monetarios inmediatos, a largo plazo favorece la posibilidad de mejores oportunidades profesionales. (Qudah et al., 2018).

A diferencia con los datos de este estudio, se muestra como referente un estudio en Colombia de Gil et al. (2019), “Desarrollo de un modelo de SE: un caso de análisis empírico”. Los resultados demostraron que el SE influye en empresas de cualquier tamaño o tipo de organización, aunque señalaron que no todas las estrategias de implementación de SE son adecuadas en todos los sectores laborales. Este hallazgo revela que el SE tiene un impacto significativo, pero también subraya la necesidad de ajustar las estrategias a las características específicas de cada organización.

Así también el estudio local realizado por (León, 2022), “SE y compromiso organizacional de una institución privada en Trujillo 2022” reveló una correlación positiva y significativa fuerte entre el SE y el compromiso organizacional, con una relación de Spearman ( $r = 0.62$ ) lo cual refuerza aún más los resultados de esta investigación. Específicamente, se hallaron altas relaciones positivas y significativas entre el SE y el compromiso afectivo ( $\rho = 0.72$ ,  $p = 0.000$ ) y el compromiso normativo ( $\rho = 0.59$ ,  $p < 0.05$ ). Pero, se observó una relación positiva de efecto moderado, pero no significativa, con el engagement de continuidad ( $\rho = 0.31$ ,  $p = 0.06$ ). Se determinó que un mayor SE se relaciona con un mayor compromiso organizacional. Por ello es importante implementar estrategias que promuevan el reconocimiento,



conciliación familiar y desarrollo e integración en el entorno laboral para fortalecer el compromiso de los colaboradores. Es importante considerar las categorías del engagement como: el engagement afectivo, se refiere a la conexión afectiva que tiene el trabajador con su empresa, lo que resulta en un compromiso emocional con la realización de actividades y la creación de un vínculo afectivo. El engagement de continuidad, que implica el deseo de permanecer en la organización debido a los años de servicio, esfuerzo, energía invertida y oportunidades en el ámbito laboral. Y el engagement normativo, se manifiesta cuando el colaborador establece un vínculo de cumplimiento con la normativa, alineándose con sus propios valores y principios éticos, lo que le lleva a asumir con compromiso las directrices corporativas. En este sentido (Lópera et al., 2019) indicaron que el SE fomenta significativamente la conexión afectiva del colaborador con la empresa, debido a la reciprocidad generada. Por otro lado, la continuidad del talento humano está más vinculada a aspectos económicos, ya que los colaboradores a menudo eligen un puesto laboral por la retribución económica, la cual puede ser un factor determinante para su permanencia, esto es aún más relevante cuando los colaboradores tienen pocas oportunidades de crecimiento profesional. Lo descrito permite explicar porque, no se encontró relación, en parte, porque, aunque los colaboradores consideran importante el SE para el compromiso afectivo, lo que realmente aseguraría su permanencia en la empresa de manera significativa es el salario económico, ya que este es crucial para su subsistencia, aún más considerando, que generalmente no existe una línea de carrera definida, la permanencia en la empresa estaría motivada principalmente por temas económicos.

En general esto refuerza la noción de que la parte emocional y la satisfacción laboral pueden influir significativamente en la eficiencia y el rendimiento de los trabajadores. Esto hecho respalda la validez e importancia de la data obtenida sobre la relación existente del SE y engagement en la industria farmacéutica, Trujillo 2024. El salario emocional se fundamenta en el reconocimiento y la satisfacción emocional que los trabajadores experimentan en su entorno laboral. Los colaboradores consideran si la satisfacción emocional que obtienen en su centro de trabajo es acorde a su esfuerzo y contribución. Si perciben que el SE es insuficiente en comparación con sus expectativas, pueden sentir una sensación de injusticia lo cual puede impactar negativamente su eficiencia. Cuando reciben un SE satisfactorio, se genera un intercambio social positivo en el que la organización proporciona apoyo,

reconocimiento y satisfacción emocional a cambio del compromiso y el rendimiento de los trabajadores. Esto refuerza la relación entre los colaboradores y la empresa, promoviendo la eficiencia laboral y lealtad.

El agradecimiento de los logros, clasificado bajo la categoría reconocimiento, implica valorar el desempeño del colaborador, lo que genera autoconfianza y motivación al sentir que la empresa reconoce su trabajo, llevando a una mayor dedicación en su desempeño laboral. Así también, la conciliación familiar se define por un entorno en el que la empresa fomenta que el colaborador equilibre su tiempo entre su familia y el trabajo, a través de la implementación de estrategias o convenios con otras empresas de servicios para que los trabajadores y sus familiares puedan acceder a diversos beneficios.

A pesar de que el tamaño reducido de la muestra es una limitación de este estudio, los hallazgos obtenidos ofrecen un valioso punto de partida para futuras investigaciones en la industria farmacéutica. Aunque los resultados son específicos del entorno estudiado, proporcionan insights profundos que pueden inspirar estudios adicionales en contextos organizacionales similares. Este enfoque pionero abre la puerta a un análisis más amplio y detallado en diferentes escenarios empresariales, ampliando así el alcance y la aplicabilidad del conocimiento generado.

Por último, este estudio ofrece una valiosa contribución a la gestión del talento humano, al demostrar que, para fomentar un engagement laboral, el componente emocional y la implementación de estrategias de SE son cruciales. Sin embargo, para lograr un compromiso de continuidad es necesario incorporar otros aspectos además del SE. Asimismo, desde una perspectiva metodológica, el estudio proporciona un marco de referencia en el campo de la investigación organizacional de una industria farmacéutica al definir los procedimientos estadísticos empleados y las limitaciones a tener en cuenta, con el objetivo de mejorar los procesos de investigación en futuros estudios.

## V. CONCLUSIONES

1. Se logró identificar una fuerte correlación del reconocimiento, conciliación familiar y desarrollo e integración y se evidenció que tienen un impacto significativo en el engagement y que el aspecto monetario ya no es el único factor determinante para los trabajadores; en la actualidad, también buscan un SE óptimo. La falta de reconocimiento, problemas de conciliación familiar y desarrollo e integración limitados se correlacionan con niveles bajos de engagement. En este estudio 50.0% de los colaboradores con bajo SE tienen un engagement bajo, mientras que el 28.3% con alto SE reportan un engagement alto. Esto concluye que un SE bajo está estrechamente vinculado a niveles bajos de engagement, mientras que un alto SE contribuye a un mayor engagement.
2. Se obtuvo que 30.0% de los colaboradores con bajo reconocimiento reportan un engagement bajo, mientras que 35.0% con alto reconocimiento tienen un engagement alto. Esto concluye una relación positiva entre el reconocimiento y el engagement. La falta de reconocimiento está claramente asociada con bajos niveles de engagement, mientras que un buen reconocimiento contribuye significativamente a un mayor engagement.
3. El 36.7 de los colaboradores con baja conciliación familiar reportan un engagement bajo. Solo el 23.3% con alta conciliación familiar muestran un engagement alto. La conciliación familiar es crucial para mantener un alto nivel de compromiso. Los colaboradores que enfrentan dificultades en equilibrar su vida laboral y familiar tienden a tener niveles más bajos de engagement. Esto concluye una relación positiva entre la alta conciliación familiar y el engagement elevado.
4. Al analizar el desarrollo e integración, el 50.0% de los colaboradores con bajo desarrollo e integración tienen un engagement bajo. Los colaboradores con alto desarrollo e integración tienen una tasa de engagement alto de 23.3%. Esto resalta la importancia del desarrollo profesional y la integración en el aumento del compromiso de los colaboradores. Los colaboradores con oportunidades limitadas para el desarrollo y la integración tienden a estar menos comprometidos. Esto sugiere una relación positiva entre el desarrollo e integración alto y el engagement elevado.

## VI. RECOMENDACIONES

Se sugiere a las gerencias del talento humano que consideran al SE como un gasto en lugar de una inversión, a pesar de que sus colaboradores son su operante más primordial, que reconozcan que cualquier beneficio adicional debe ser visto como una inversión estratégica. (Berrospi, 2020), recomienda que valoren y reconozcan las emociones de sus colaboradores como parte fundamental de su bienestar laboral y productividad. (Ingo, 2022) sugiere que los RR.HH. optimicen la inteligencia emocional y satisfacción para influir en el compromiso. (Ravina, 2024) también contribuye sobre la necesidad de formular culturas organizacionales que empoderen a los colaboradores en su desempeño basados en la felicidad y las emociones positivas. A la gerencia comercial y marketing (De Osambela, 2023), recomienda que con la data obtenida tomen acciones correctivas para mejorar los servicios, ya que los usuarios se benefician. A la gerencia de entrenamiento (León, 2022), recomienda replicar este tipo de estudios en otras organizaciones para validar y ampliar los resultados, contribuyendo al desarrollo de prácticas efectivas en la gestión humana. Y (Lópera et al., 2019), recomendó al departamento de gestión humana desarrollar planes de reconocimiento, actividades que faciliten la integración familiar, el involucramiento y el desarrollo profesional para aumentar el compromiso.

Este estudio es relevante en una industria farmacéutica, donde el alto rendimiento y la motivación son esenciales para el éxito de la empresa por ello se le recomienda, identificar y comprender los elementos del SE ya que no es efectivo aplicar un enfoque único para todos. Con el incremento de los millennials en la fuerza laboral y la creciente diversidad, es crucial implementar diversos paquetes de beneficios y programas que se adapten a las necesidades y expectativas individuales que más influyen en el engagement de los colaboradores ya que puede ayudar a la empresa a diseñar estrategias de gestión más efectivas. Al área de planeamiento, realizar encuestas para identificar qué beneficios no monetarios valoran más e implementar programas y políticas que promuevan el SE, para que la empresa pueda mejorar el bienestar, reducir la rotación y aumentar la productividad. Esto no solo beneficia a los colaboradores, sino que también mejora la competitividad y los resultados económicos de la empresa. Un programa de SE es una estrategia que busca mejorar el compromiso y la satisfacción de los trabajadores al ofrecerles beneficios no monetarios que satisfagan sus necesidades emocionales y personales.

## REFERENCIAS

- Ahad, R., Mustafa, M. Z., Mohamad, S., Abdullah, N. H. S., & Nordin, M. N. (2021). Work attitude, organizational commitment and emotional intelligence of Malaysian vocational college teachers. *Journal of Technical Education and Training*, 13(1), 15-21.  
<https://publisher.uthm.edu.my/ojs/index.php/JTET/article/view/7898>
- Agurto Ruiz K.P., Mogollón García F.S., Castillo Chung L.B. (2020). The role of occupational engagement as an alternative to improve employee satisfaction.  
<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85100893925&partnerID=40&md5=680a4cd83d9fa16c3f3be435b468b585>
- Alles, M. A. (2016). *Diccionario de competencias: La Trilogía - VOL 1 (Nueva Edición): Las 60 competencias más utilizadas en gestión por competencias*. Argentina: Ediciones Granica.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Diccionario\\_de\\_competencias\\_La\\_Trilog%C3%ADa/uvEeDAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.pe/books/edition/Diccionario_de_competencias_La_Trilog%C3%ADa/uvEeDAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)
- Bernal, C. (2010), *Metodología de la Investigación Científica*. (3ª ed.). México: Pearson Educación.  
<file:///E:/Desktop/UCV/CICLO%20III/chimmmmo/bernal%20El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Berrospi Anaya, J. E. (2021). SE y rendimiento laboral del personal de la UGEL Pasco - 2019. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/2859>
- Bustillos, A. (2021). Manejo del SE como estrategia de fidelización de los colaboradores de entidades cooperativistas: Una aproximación cualitativa. (Bachelor's thesis, Ambato: Universidad Tecnológica Indoamérica).  
<https://repositorio.uti.edu.ec//handle/123456789/2613>
- Calderón Quispe, S. E. (2019). *Diseño y validación de una escala de SE de una empresa privada del distrito de Lince*, 2019.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37073/Calder%  
3%b3n\\_QSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37073/Calder%c3%b3n_QSE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Colegio de psicólogos del Perú (2017). Código de Ética Profesional del Psicólogo Peruano.

[http://www.cpsp.pe/aadmin/contenidos/marcolegal/codigo\\_de\\_etica\\_del\\_cpsp  
.pdf](http://www.cpsp.pe/aadmin/contenidos/marcolegal/codigo_de_etica_del_cpsp.pdf)

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación tecnológica (2018). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica. RENACYT.CONCYTEC. [https://portal.concytec.gob.  
pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt...\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt..._version_final.pdf).

Díaz-García, G., Almorza-Gomar, D., & González-Arrieta, G. (2023). How does Emotional Salary Influence Job Satisfaction? A Construct to be Explored. ANDULI. Revista Andaluza De Ciencias Sociales, (23), 57–82.  
<https://doi.org/10.12795/anduli.2023.i23.04>  
<https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/21097/20330>

Dominguez Cruz, V. (2019). SE como estrategia para favorecer el talento en el capital humano en una empresa operadora de centros de contacto y procesos tercerizados de negocio. (Maestría en Ciencias en Administración de Negocios). Instituto Politécnico Nacional, Sección de Estudios de Posgrado e Investigación, Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Tepepan. México.  
[https://scholar.google.es/scholar?q=Salario+emocional+como+estrategia+par  
a+favorecer+el+talento+en+el+capital+humano+en+una+empresa+operadora  
+de+centros+de+contacto+y+procesos+tercerizados+de+negocio&hl=es&as\\_  
sdt=0,5&as\\_ylo=2017&as\\_yhi=2024](https://scholar.google.es/scholar?q=Salario+emocional+como+estrategia+para+favorecer+el+talento+en+el+capital+humano+en+una+empresa+operadora+de+centros+de+contacto+y+procesos+tercerizados+de+negocio&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2017&as_yhi=2024)

De Osambela, J. E. S., Pimentel, J. F. F., & Arenas, R. D. (2023). Endomarketing Management and Staff Engagement of a Municipality in Peru. International

Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev., 8(8), 42.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9059403>

Echeverri, y. m., Mesa, j. c., & Betancur, J. (2020). SE y patrones de aprendizaje organizacional. Revista ESPACIOS. ISSN, 798(1), 1-15.  
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p27.pdf>

Escamilla, Y. M. (2020). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda 2030. Editorial Elearning, S.L.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Objetivos\\_de\\_Desarrollo\\_Sostenible\\_Agend/5yLtDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.pe/books/edition/Objetivos_de_Desarrollo_Sostenible_Agend/5yLtDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)

Espinoza, A. K., & Toscano Moctezuma, J. A. (2021). SE: Beneficios en el rendimiento laboral. Novarua, 20(5), 72-86. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.20983/novarua.2020.20.5>

Giao, H., Vuong, B. & Duy, D. (2020). A model of organizational culture for enhancing organizational commitment in telecom industry: Evidence from vietnam. WSEAS Transactions on Business and Economics, 17(20), 215- 224.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3672890](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3672890)

Gil Vera, Quintero, Ruíz Santacruz. (2019). Desarrollo de un Modelo de SE: un Caso de Aplicación. Departamento de Psicología, Medellín, Colombia. Indian Journal of Science and Technology, ISSN: 0974-6846, Vol: 12, Número: 42, Página: 1-18. <https://indjst.org/articles/development-of-an-emotional-salary-model-a-case-of-application>

Guzmán, G. C., Velasco, M. V., Dávila, A. A., & Carrillo, A. A. (2020). Compromiso organizacional: Antecedentes y consecuencias. Conciencia tecnológica, (60), 6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7823661>

Hennekam, S. (2022). ¿Qué quieren los colaboradores en 2022? Gestión digital. <https://www.revistagestion.ec/analisis-estrategia/que-quieren-los-colaboradores-en-2022>

- Hernández, G. (2021). Vales de alimento: ¡Cuida a tus colaboradores y las finanzas de tu empresa! 17 Feb 2021. Sodexo Pass Perú, Jr. Morelli 110, piso 7, San Borja, Lima – Perú. <https://www.sodexo.pe/blog/vales-de-alimentos-para-colaboradores/>
- Inga, C. (2021). GRM: El 81% de limeños en trabajo remoto considera que trabaja más horas de lo habitual, ¿cuánto más y a qué se debe? El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/grm-el-81-de-limenes-en-trabajo-remoto-considera-que-trabaja-mas-horas-de-lo-habitual-cuanto-mas-y-a-que-se-debe-teletrabajo-labor-presencial-oficina-centro-de-trabajo-lima-modalidad-a-distancia-noticia/?ref=ecr>
- Ingo, S. N. (2022). Investigating the impact of emotional intelligence and job satisfaction on work engagement and burnout of employees in the public sector, Windhoek (Doctoral dissertation, University of Namibia). <https://repository.unam.edu.na/server/api/core/bitstreams/36b6889d-64eb-4783-9c30-79d6fe0de9f3/content>
- Jang, H. (2019). Salary distribution and team outcome: The comparison of MLB and KBO. *Journal of Global Sport Management*, 4(2), 149-163. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/24704067.2018.1537678?journalCode=rgsm20#:~:text=The%20average%20kurtosis%20coefficient%20of,is%20twice%20that%20of%20MLB.>
- Koo, B., Yu, J., Chua, B. L., Lee, S., & Han, H. (2020). Relationships among emotional and material rewards, job satisfaction, burnout, affective commitment, job performance, and turnover intention in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 371-401. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1528008X.2019.1663572>
- Leon Pretel, K. M. (2022). SE y compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa privada de Trujillo, 2022. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/108465>



- Llashag Ocaña, J. A., & Castro García, J. C. (2020). SE y Engagement en Colaboradores de un Call Center del Distrito de la Provincia Constitucional del Callao. Lima, Perú: Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63673>
- Lópera, I. C. P., López, C. Q., & Santacruz, J. S. R. (2019). Development of an emotional salary model: a case of application. *Indian Journal of Science and Technology*, 12(42), 10-17485. <https://indjst.org/articles/development-of-an-emotional-salary-model-a-case-of-application>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Sage publications.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WPQoCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=Meyer,+J.+%26+Allen,+N.+\(1997\).+Commitment+in+the+workplace:+Theory,+research+and+application&ots=XfLn\\_tkSeD&sig=KT\\_n-J2JON720TWykVbdUXs8Sjc#v=onepage&q=Meyer%2C%20J.%20%26%20Allen%2C%20N.%20\(1997\).%20Commitment%20in%20the%20workplace%3A%20Theory%2C%20research%20and%20application&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WPQoCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=Meyer,+J.+%26+Allen,+N.+(1997).+Commitment+in+the+workplace:+Theory,+research+and+application&ots=XfLn_tkSeD&sig=KT_n-J2JON720TWykVbdUXs8Sjc#v=onepage&q=Meyer%2C%20J.%20%26%20Allen%2C%20N.%20(1997).%20Commitment%20in%20the%20workplace%3A%20Theory%2C%20research%20and%20application&f=false)
- Niño Rojas, V. M. (2021). *Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe*. 2a Edición. Colombia: Ediciones de la U.
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227 – 232.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pajuelo Ayambo, J. M. (2019). *Propiedades psicométricas de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en docentes de catorce colegios privados del distrito de Puente Piedra*, 2018.
- Paritripti. (2023). *Employee Benefits*. Vantage Circle. Beneficios para los colaboradores e ideas de compensación: Una guía definitiva. Last Updated on 27 April 2023. España. <https://blog.vantagecircle.com/es/beneficios-para-los-colaboradores/>

Pereira, René. (2023). Blog de Cobee. Qué son las políticas retributivas de una empresa. Calle de María de Molina, 39, 3ª, 28006 Madrid. Cobee Team | 05 Abr / 2023. España. <https://cobee.io/blog/politicas-retributivas-empresa/#:~:text=La%20pol%C3%ADtica%20retributiva%20de%20una,pagas%20no%20ordinarias%20o%20gratificaciones.>

Pérez-Calle, R. D., García-Casarejos, N., & García-Bernal, J. (2021). La empresa española ante la COVID-19: factores de adaptación al nuevo escenario. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), 5-24. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86182021000100005](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100005)

Qudah, N., Yang, Y. & Anjum, M. (2018). Transformational training programs and quality orientation of employees: Does employees' loyalty matter? Sustainability, 10(2), 1-15. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/465>

Ravina-Ripoll, R. , Díaz-García, GA , Ahumada-Tello, E. y Galván-Vela, E. (2024), "Emotional wage, happiness at work and organisational justice as triggers for happiness management", Revista de Gestión Desarrollo , vol. 43 N° 2, págs. 236-252. <https://doi.org/10.1108/JMD-02-2023-0046>  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JMD-02-2023-0046/full/html>

Renacyt. (2021). Plataforma Renacyt – <https://servicio-renacyt.concytec.gob.pe>.  
<https://servicio-renacyt.concytec.gob.pe/>

Requejo, L. (2021). ¿Cuán importante es cuidar el proceso de desvinculación laboral y desarrollar programas de outplacement? El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/peru/empleo-cuan-importante-es-cuidar-el-proceso-de-desvinculacion-laboral-y-desarrollar-programas-de-outplacement-trabajo-empresas-noticia/>

Rodríguez Ortega de Peña, N. (2020). El SE y su relación con los niveles de efectividad. Revista Universidad y Sociedad, 12(1), 141-149.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28592>

Sánchez Carlessi, H., Reyes Romero, C., & Mejía Sáenz, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Universidad Ricardo Palma. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/1480>

Sarhan, N., Harb, A., Shrafat, F., & Alhusban, M. (2020). The effect of organizational culture on the organizational commitment: Evidence from hotel industry. *Management Science Letters*, 10(1), 183-196. <https://growingscience.com/beta/mSE/3400-the-effect-of-organizational-culture-on-the-organizational-commitment-evidence-from-hotel-industry.html>

Selvi, AJA y Aiswarya, B. (2023), "Examinando la relación entre la inteligencia emocional y el compromiso laboral de los colaboradores del sector automotriz en Chennai", *Rajagiri Management Journal*, vol. 17 N° 2, págs. 156-169. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-03-2022-0052>

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/RAMJ-03-2022-0052/full/html>

Suarez Rios, D. C., & Cuya Vasquez, R. R. (2019). Relación entre el SE y la eficiencia de los colaboradores de una entidad financiera pública de Lima, 2018. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/bf5b6d0f-f9fd-4475-a7d2-4e88dbcfb0ba>

Ther Ríos, F. (2017). Ensayo sobre el uso de la encuesta: hermenéutica y reflexividad de la técnica investigativa. *Revista Austral De Ciencias Sociales*, (8), 17–27. <http://revistas.uach.cl/index.php/racs/article/view/1081>

Tsaio, H. Y. (2022). The role of job insecurity in emotional exhaustion and work engagement during the COVID-19 pandemic: the moderating effect of organizational reward and care policies (El papel de la inseguridad laboral en el agotamiento emocional y el compromiso laboral durante la pandemia de la COVID-19: el efecto moderador de la recompensa organizacional y las políticas de cuidado). *International Journal of Social Psychology*, 37(1), 1-32.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1080/02134748.2021.1992887>

Tuesta, D. (2022). El gobierno que mata la creación de empleo, por David Tuesta. El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/el-gobierno-que-mata-la-creacion-de-empleo-por-david-tuesta-noticia/>

Valega, Jeanelle. (2018). SE: Es el momento de incrementar la retribución de los colaboradores. Info capital humano. Colón 705, Miraflores 15074. Copyright 2018. Todos los derechos reservados. Perú. <https://infocapitalhumano.pe/empresas-recursos-humanos/consultoria-en-gestion-humana/salario-emocional-es-el-momento-de-incrementar-la-retribucion-de-los-colaboradores/#:~:text=%E2%80%9CEs%20un%20salario%20que%20se,Gerente%20General%20de%20Edenred%20Per%C3%BA.>

Venegas, Rosaura. (2023). Notas de estudios del BCRP No. 36 – 18 de Mayo de 2023. Departamento de Estadísticas de Balanza de Pagos. Fuente: Banco Central de Reserva del Perú. Agencia de Gobierno. Perú. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/notas-de-estudios.html>

Ye, T. (2016). Relationship between Emotional Labour, Leader Member Social Exchange, and Affective Commitment-A Empirical Study of Clinicians in Hospitals in China. Unpublished Master Dissertation, The Iscte-University Institute of Lisbon. <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/13599/1/Tao%20ye%20Master%20Thesis.pdf>

Yépez, S. E., & Paredes, H. L. (2020). Análisis de las prácticas de SE que fidelizan al personal, caso: empresa de servicio de la ciudad de Quito. Aglala, 11(2), 39-51. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/1694>

## Anexo 1

### Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>SALARIO EMOCIONAL</b>	Se refiere a las acciones que realiza una organización para distinguir el desempeño de sus colaboradores de una manera que va más allá de la compensación económica tradicional. Koo et al. (2020).	El salario emocional será medido por las siguientes categorías: Reconocimiento, Conciliación Familiar y Desarrollo e Integración, de la Escala de salario emocional creado por Calderón (2019) y adaptado constituido por 19 ítems.	RECONOCIMIENTO	Frecuencia de agradecimiento Programas de reconocimiento	Encuesta Cuestionario	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			CONCILIACION FAMILIAR	Integración familiar Salud laboral Trabajo flexible		
			DESARROLLO E INTEGRACION	Formación profesional Línea de Carrera Coaching Mentoring		
<b>ENGAGEMENT</b>	Es un estado donde un colaborador genera un vínculo con su organización, el cual se ve influenciado por diversos factores. (Meyer y Allen, 1997). Se refiere a la habilidad para respaldar y ejecutar decisiones en total consonancia con la consecución de metas compartidas, así como para anticipar y superar obstáculos que puedan afectar el cumplimiento de los objetivos empresariales. (Alles, 2016)	El engagement será medido por las siguientes categorías: componente afectivo, componente de continuidad y componente normativo, de la Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (1997) constituido por 18 ítems. (Adaptado por Pajuelo, 2019). Cada tipo de compromiso se evalúan a mayor puntaje, mayor compromiso. Presenta una escala de medición cualitativa ordinal.	ENGAGEMENT AFECTIVO	Vinculación afectiva con la organización. Involucramiento con los problemas de la organización. Sentimiento de permanencia a causa del ambiente de trabajo.	Encuesta Cuestionario	Ordinal: 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			ENGAGEMENT DE CONTINUIDAD	Necesidad de percibir ingresos. Dificultad para conseguir otro trabajo. Deseo de mantenerse en la empresa debido al tiempo, trabajo y energía invertida. Obligación de permanecer en la empresa.		
			ENGAGEMENT NORMATIVO	Sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan en la organización. Necesidad de retribuir.		

## Anexo 2

### Instrumentos de recolección de datos

#### Anexo 2.1

#### Instrumentos de recolección de datos de la variable Salario Emocional

### UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### ESCUELA DE POSGRADO

Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024

### CUESTIONARIO DE SALARIO EMOCIONAL

Adaptación del cuestionario de SE (Creado por Calderón, 2019) modificado y validado por Aguilar, Salgado y Méndez

**INSTRUCCIONES:** A continuación, estimado colaborador, responda con sinceridad el siguiente cuestionario. Teniendo en cuenta que sus respuestas son anónimas y serán mantenidas en confidencialidad.

#### DATOS PERSONALES:

**Edad:** 18-39 años ( ) 40-59 años ( ) 60-70 años ( )

**Sexo:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Estado Civil:** Soltero ( ) Casado ( ) Otros ( )

**Grado Instrucción:** E. Secundaria ( ) E. Técnica ( ) E. Superior ( )

Responda las alternativas según corresponda y marque con una "X" la que considere pertinente, teniendo en cuenta las siguientes alternativas de respuesta:

**Nunca = 1    Casi Nunca = 2    A veces = 3    Casi Siempre = 4    Siempre = 5**

CATEGORIA	ITEM	CUESTIONARIO	ESCALA DE VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
Reconocimiento	1	Recibo algún reconocimiento o elogio por el trabajo extra que realizo.					
	2	Reconocen mi trabajo y esfuerzo brindado.					
	3	Mi esfuerzo laboral es reconocido por las actividades que realizo.					
	4	En mi área celebran los resultados de los trabajadores.					
Conciliación familiar	5	Mi horario laboral me permite compartir tiempo con mi familia.					
	6	Puedo mantener un equilibrio entre mi vida familiar y laboral.					
	7	Me brindan diversas opciones laborales de modo que pueda pasar el tiempo en familia (teletrabajo, horario de verano, compensaciones de horas).					
Desarrollo e integración	8	En mi área buscan el desarrollo profesional mediante actividades de capacitación programadas.					
	9	Me siento conforme con los beneficios de capacitación que recibo de parte de la organización donde laboro.					
	10	Me capacitan constantemente para reforzar el trabajo diario.					
	11	La empresa fortalece mis competencias profesionales.					
	12	La empresa me brinda la oportunidad de desarrollarme personal y laboralmente.					
	13	La empresa motiva al trabajador a seguir creciendo profesionalmente.					
	14	En la empresa hay posibilidad de tener línea de carrera.					
	15	Pertenecer a esta organización me permite tener línea de carrera en un tiempo prudente.					
	16	Recibo feedback para superar mis debilidades y mejorar mis fortalezas.					
	17	En mi trabajo motivan el desarrollo proactivo del trabajador.					
	18	En el entorno laboral donde me desenvuelvo, promueven el trabajo colaborativo y de aprendizaje.					
	19	La empresa me brinda la oportunidad de relacionarme y aprender de personas con mayor experiencia y conocimientos.					

Criterios de medición de la variable Salario emocional y sus dimensiones.

VARIABLE / DIMENSIONES	ITEMS	PUNTAJE	CATEGORIA
<b>V-1 SALARIO EMOCIONAL</b>	1-19	19 - 44	Bajo
		45 - 70	Medio
		71 -95	Alto
<b>Reconocimiento</b>	1-4	4 - 9	Bajo
		10 - 15	Medio
		16 - 20	Alto
<b>Conciliación familiar</b>	5-7	3 - 7	Bajo
		8 - 12	Medio
		13 - 15	Alto
<b>Desarrollo e integración</b>	8-19	12 - 28	Bajo
		29 - 45	Medio
		46 - 60	Alto

## Anexo 2.2

### Instrumentos de recolección de datos de la variable Engagement

#### UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

#### ESCUELA DE POSGRADO

Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024

#### CUESTIONARIO DE ENGAGEMENT

Adaptación por Pajuelo 2019. Cuestionario de engagement (Creado por John P. Meyer y Natalie J. Allen, 1997)

**INSTRUCCIONES:** A continuación, estimado colaborador, responda con sinceridad el siguiente cuestionario. Teniendo en cuenta que sus respuestas son anónimas y serán mantenidas en confidencialidad.

#### DATOS PERSONALES:

Edad:                    **18-39 años** ( )        **40-59 años** ( )        **60-70 años** ( )  
 Sexo:                   **Masculino** ( )        **Femenino** ( )  
 Estado Civil:        **Soltero** ( )        **Casado** ( )        **Otros** ( )  
 Grado Instrucción: **E. Secundaria** ( )    **E. Técnica** ( )    **E. Superior** ( )

Responda las alternativas según corresponda y marque con una "X" la que considere pertinente, teniendo en cuenta las siguientes alternativas de respuesta:

CATEGORÍA	ITEM	CUESTIONARIO	ESCALA DE VALORACIÓN				
			1	2	3	4	5
ENGAGEMENT AFECTIVO	1	Es la empresa en la que soñaba trabajar.					
	2	Tengo una fuerte sensación de pertenecer a mí empresa.					
	3	Esta empresa tiene un gran significado personal para mí.					
	4	Me siento apoyado y tranquilo laborando con mi equipo de trabajo.					
	5	Disfruto hablando de mí empresa con gente que no pertenece a ella.					
	6	Realmente siento como sí los problemas de esta empresa resultaran en mis propios problemas.					
	7	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en esta empresa.					
ENGAGEMENT DE CONTINUIDAD	8	Continuo trabajando en esta empresa principalmente porque las prestaciones y el sueldo que recibo son mejores que en otras empresas.					
	9	Siento que tengo pocas oportunidades de encontrar un trabajo similar fuera de esta empresa, lo que me hace reconsiderar dejarla.					
	10	Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mí empresa, es porque afuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo aquí.					
	11	No podría dejar mi trabajo, debido a todo el esfuerzo y dedicación invertido en éste.					
	12	Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas sí decidiera dejar ahora mí empresa.					



<b>ENGAGEMENT NORMATIVO</b>	<b>13</b>	Una de las principales razones por las que continúo trabajando en esta compañía es porque siento la obligación moral de pertenecer a ella.					
	<b>14</b>	Aunque tuviera ventajas con ello, no creo que fuera correcto dejar ahora mí empresa.					
	<b>15</b>	Me sentiría culpable si dejase ahora mí empresa, considerando todo lo que me ha dado.					
	<b>16</b>	Ahora mismo no abandonaría mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.					
	<b>17</b>	Esta empresa se merece mi lealtad.					
	<b>18</b>	Creo que le debo mucho a esta empresa.					

**Nunca = 1    Casi Nunca = 2    A veces = 3    Casi Siempre = 4    Siempre = 5**

Criterios de medición de la variable engagement y sus dimensiones.

VARIABLE / DIMENSIONES	ITEMS	PUNTAJE	CATEGORIAS
<b>V-2 ENGAGEMENT</b>	1-18	18 - 42	Bajo
		43 - 67	Medio
		68 - 90	Alto
<b>Engagement afectivo</b>	1-7	7 - 16	Bajo
		17 - 26	Medio
		27 - 35	Alto
<b>Engagement de continuidad</b>	8-12	8 - 18	Bajo
		19 - 29	Medio
		30 - 40	Alto
<b>Engagement normativo</b>	13-18	6 - 14	Bajo
		15 - 23	Medio
		24 - 30	Alto

### Anexo 3

#### Ficha Técnica de Validación de Instrumento

##### Anexo 3.1

#### Ficha Técnica de Validación de Instrumento de Salario Emocional

Titulo	Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.						
Autor	Sonia Elizabeth Calderón Quispe						
Año	2019						
Validez	<p>Validez interna:</p> <p>El cuestionario, instrumento psicométrico diseñado para identificar el nivel de salario emocional que emplea la organización para sus colaboradores. mide la apreciación de esta variable, tomando en cuenta los criterios para las dimensiones: reconocimiento, conciliación familiar y desarrollo e integración.</p> <p>Validez externa:</p> <p>El contenido del instrumento fue validado por medio de juicio de expertos en La Libertad, el cual contó con 5 expertos con cargos en dirección y jefaturas, psicólogos, así como también el grado de maestros en gestión del talento humano, obteniendo una concordancia mayor del 90% según valoración de Aiken. Los criterios de evaluación fueron de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, Los jueces expertos fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Dra. Teresa Uribe Hidalgo</li><li>2. Mg. Luigi Cabos Villa</li><li>3. Mg. Harold Gonzales Lázaro</li><li>4. Mg. Eduardo Ubillús Galarreta</li><li>5. Jef. Fernando Correa Figuerola</li></ol>						
Confiabilidad	<p>Se aplicó la prueba piloto a un total de 20 colaboradores de una industria farmacéutica con características similares a la muestra, para contar con una base de datos y así obtener la confiabilidad mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach obteniendo el cuestionario de salario emocional un coeficiente de 0,964. Encontrando en las dimensiones:</p> <p style="text-align: center;">Alfa de Cronbach:</p> <table><tr><td>Reconocimiento</td><td>0,961</td></tr><tr><td>Conciliación familiar</td><td>0,963</td></tr><tr><td>Desarrollo e integración</td><td>0,962</td></tr></table>	Reconocimiento	0,961	Conciliación familiar	0,963	Desarrollo e integración	0,962
Reconocimiento	0,961						
Conciliación familiar	0,963						
Desarrollo e integración	0,962						
Conclusión	Habiendo obtenido resultados óptimos en las pruebas de validez de contenido por jueces expertos y los resultados del estudio piloto de confiabilidad, se concluye que el instrumento salario emocional creado por Calderón, (2019) y modificado y validado por Aguilar, Salgado y Méndez es apto para su aplicación en la población en estudio.						

**ANEXO 10**

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**Ficha de validación de contenido para instrumento**

**Instrumento (título de examen)**

**EXPERTO N°1**

**INSTRUCCIÓN:**

Responda por escrito y de manera breve y concisa las preguntas de la investigación motivada, con base en el instrumento de validación de contenido del Cuestionario de Saberes emocionales que permite recoger la información en la presente investigación. Responda sobre emocional y cognitivo de los estudiantes de la presente investigación y puntaje de los indicadores de la variable. Para ello, se le pide que responda la variable de la variable. Además, de ser caso, las sugerencias para mejorar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Definición	Definición
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante.	4
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	3
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	2
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	1
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	0

Más detalles acerca de la prueba en el Anexo 11 (Cuestionario).

**Matriz de validación de contenido de la variable Saberes emocionales**

**Definición de la variable: Saberes emocionales**

Se refiere a los aspectos que miden una capacidad para distinguir el campo de los sentimientos de una manera que va más allá de la comprensión emocional tradicional (Luz et al., 2020).

Ámbito	Indicador	Ítem	Validación de contenido					Observaciones de los validadores
			Definición	Alta	Alta	Alta	Alta	
CONOCIMIENTO	Cuestionario de conocimientos	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
HABILIDADES	Cuestionario de habilidades	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
ACTITUDES	Cuestionario de actitudes	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						

Validador	Criterio de validación	Validación de contenido				
		Definición	Alta	Alta	Alta	Alta
Definición	1. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					
	2. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					
	3. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					
Habilidad	1. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					
	2. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					
	3. ¿El ítem mide lo que se pretende medir?					

**Ficha de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Cuestionario de Saberes emocionales
Objetivo del instrumento	Instrumento de validación de contenido de los saberes emocionales de los estudiantes de la carrera de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo.
Nombre y apellidos del experto	Dr. Carlos Vallejo
Documento de identidad	4424397
Años de experiencia en el área	12 años
Máximo Grado Académico	Doctor en Psicología
Nacionalidad	Peruana
Institución	Arca Continental
Cargo	Analista de Capital Humano
Correo electrónico	carlos.v@arcanet.com
Firma	
Fecha	28/05/2024

Validación:

Definición	Habilidad	Actitud	Validación de contenido	Observaciones
			X	

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**Ficha de validación de contenido para instrumento**

**Instrumento (título de examen)**

**EXPERTO N°2**

**INSTRUCCIÓN:**

Responda por escrito y de manera breve y concisa las preguntas de la investigación motivada, con base en el instrumento de validación de contenido del Cuestionario de Saberes emocionales que permite recoger la información en la presente investigación. Responda sobre emocional y cognitivo de los estudiantes de la presente investigación y puntaje de los indicadores de la variable. Para ello, se le pide que responda la variable de la variable. Además, de ser caso, las sugerencias para mejorar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Definición	Definición
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante.	4
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	3
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	2
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	1
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	0

Más detalles acerca de la prueba en el Anexo 11 (Cuestionario).

**Matriz de validación del cuestionario de la variable Saberes emocionales**

**Definición de la variable: Saberes emocionales**

Se refiere a los aspectos que miden una capacidad para distinguir el campo de los sentimientos de una manera que va más allá de la comprensión emocional tradicional (Luz et al., 2020).

Ámbito	Indicador	Ítem	Validación de contenido					Observaciones de los validadores
			Definición	Alta	Alta	Alta	Alta	
CONOCIMIENTO	Cuestionario de conocimientos	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
HABILIDADES	Cuestionario de habilidades	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
ACTITUDES	Cuestionario de actitudes	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						

**Ficha de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Cuestionario de Saberes emocionales
Objetivo del instrumento	Instrumento de validación de contenido de los saberes emocionales de los estudiantes de la carrera de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo.
Nombre y apellidos del experto	Dr. Carlos Vallejo
Documento de identidad	4424397
Años de experiencia en el área	12 años
Máximo Grado Académico	Doctor en Psicología
Nacionalidad	Peruana
Institución	Arca Continental
Cargo	Analista de Capital Humano
Correo electrónico	carlos.v@arcanet.com
Firma	
Fecha	28/05/2024

Validación:

Definición	Habilidad	Actitud	Validación de contenido	Observaciones
			X	

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**Ficha de validación de contenido para instrumento**

**Instrumento (título de examen)**

**EXPERTO N°3**

**INSTRUCCIÓN:**

Responda por escrito y de manera breve y concisa las preguntas de la investigación motivada, con base en el instrumento de validación de contenido del Cuestionario de Saberes emocionales que permite recoger la información en la presente investigación. Responda sobre emocional y cognitivo de los estudiantes de la presente investigación y puntaje de los indicadores de la variable. Para ello, se le pide que responda la variable de la variable. Además, de ser caso, las sugerencias para mejorar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Definición	Definición
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante.	4
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	3
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	2
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	1
Alta	El instrumento responde a la investigación de manera adecuada y relevante, pero con algunas modificaciones.	0

Más detalles acerca de la prueba en el Anexo 11 (Cuestionario).

**Matriz de validación del cuestionario de la variable Saberes emocionales**

**Definición de la variable: Saberes emocionales**

Se refiere a los aspectos que miden una capacidad para distinguir el campo de los sentimientos de una manera que va más allá de la comprensión emocional tradicional (Luz et al., 2020).

Ámbito	Indicador	Ítem	Validación de contenido					Observaciones de los validadores
			Definición	Alta	Alta	Alta	Alta	
CONOCIMIENTO	Cuestionario de conocimientos	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
HABILIDADES	Cuestionario de habilidades	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
ACTITUDES	Cuestionario de actitudes	1. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		2. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		3. ¿Qué es la inteligencia emocional?						
		4. ¿Qué es la inteligencia emocional?						

**Ficha de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Cuestionario de Saberes emocionales
Objetivo del instrumento	Instrumento de validación de contenido de los saberes emocionales de los estudiantes de la carrera de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo.
Nombre y apellidos del experto	Dr. Carlos Vallejo
Documento de identidad	4424397
Años de experiencia en el área	12 años
Máximo Grado Académico	Doctor en Psicología
Nacionalidad	Peruana
Institución	Arca Continental
Cargo	Analista de Capital Humano
Correo electrónico	carlos.v@arcanet.com
Firma	
Fecha	28/05/2024

Validación:

Definición	Habilidad	Actitud	Validación de contenido	Observaciones
			X	

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Ficha de validación de contenido para instrumento

Evaluación por juicio de expertos

EXPERTO N° 4

INTRODUCCIÓN

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la investigación y continuación, se le hace llegar el instrumento de validación de juicio del Cuestionario del Salario emocional que permitirá recoger la información en la presente investigación. Revisado sobre emocional y engagement de colaboradores del área de producción textiles y hilados de un laboratorio textil peruano, Lima 2023. Fue lo que se le solicita que tenga a bien validar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Categoría
Relevancia	El contenido responde a la necesidad de investigar y validar los salarios emocionales.	Correspondiente
Claridad	El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades.	Correspondiente
Confiabilidad	El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones.	Correspondiente
Validez	El contenido es válido y relevante para el estudio.	Correspondiente

Nota: Criterio adaptado de la propuesta de Valdez y Torres (2008)

Matriz de validación del cuestionario de la variable Salario emocional

Definición de la variable: Salario emocional

Se refiere a los aspectos que evalúan una organización para dialogar el desempeño de sus colaboradores de una manera que se trate de la compensación económica tradicional. (Roa et al., 2020)

Criterio	Detalle	Categoría	Criterios de validación de contenido													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
RELEVANCIA	1. ¿El contenido responde a la necesidad de investigar y validar los salarios emocionales?	Correspondiente	✓													
	2. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													
CONFIABILIDAD	3. ¿El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones?	Correspondiente	✓													
	4. ¿El contenido es válido y relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
VALIDEZ	5. ¿El contenido es relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
	6. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													
CONFIABILIDAD	7. ¿El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones?	Correspondiente	✓													
	8. ¿El contenido es válido y relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
VALIDEZ	9. ¿El contenido es relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
	10. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													

Ficha de validación de juicio de expertos

Nombre del instrumento	QUESTIONNAIRE ON EMOTIONAL SALARY
Diseño del instrumento	QUESTIONNAIRE
Nombre y apellido de experto	DR. JUAN CARLOS VILLALBA
Fecha de validación	15/05/2023
Nombre completo de experto	DR. JUAN CARLOS VILLALBA
Correo electrónico	juancarlos.villalba@ucv.edu.pe
Profesión	Psicólogo
Cargo	Docente e investigador
Nombre institución	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Fecha	15/05/2023

Validación:			
Revisión	Revisión	Revisión	Revisión

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Ficha de validación de contenido para instrumento

Evaluación por juicio de expertos

EXPERTO N° 5

INTRODUCCIÓN

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la investigación y continuación, se le hace llegar el instrumento de validación de juicio del Cuestionario del Salario emocional que permitirá recoger la información en la presente investigación. Revisado sobre emocional y engagement de colaboradores del área de producción textiles y hilados de un laboratorio textil peruano, Lima 2023. Fue lo que se le solicita que tenga a bien validar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Detalle	Categoría
Relevancia	El contenido responde a la necesidad de investigar y validar los salarios emocionales.	Correspondiente
Claridad	El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades.	Correspondiente
Confiabilidad	El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones.	Correspondiente
Validez	El contenido es válido y relevante para el estudio.	Correspondiente

Nota: Criterio adaptado de la propuesta de Valdez y Torres (2008)

Matriz de validación del cuestionario de la variable Salario emocional

Definición de la variable: Salario emocional

Se refiere a los aspectos que evalúan una organización para dialogar el desempeño de sus colaboradores de una manera que se trate de la compensación económica tradicional. (Roa et al., 2020)

Criterio	Detalle	Categoría	Criterios de validación de contenido													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
RELEVANCIA	1. ¿El contenido responde a la necesidad de investigar y validar los salarios emocionales?	Correspondiente	✓													
	2. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													
CONFIABILIDAD	3. ¿El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones?	Correspondiente	✓													
	4. ¿El contenido es válido y relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
VALIDEZ	5. ¿El contenido es relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
	6. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													
CONFIABILIDAD	7. ¿El contenido es consistente y confiable, evitando contradicciones?	Correspondiente	✓													
	8. ¿El contenido es válido y relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
VALIDEZ	9. ¿El contenido es relevante para el estudio?	Correspondiente	✓													
	10. ¿El contenido es claro y preciso, evitando ambigüedades?	Correspondiente	✓													

Ficha de validación de juicio de expertos

Nombre del instrumento	QUESTIONNAIRE ON EMOTIONAL SALARY
Diseño del instrumento	QUESTIONNAIRE
Nombre y apellido de experto	DR. JUAN CARLOS VILLALBA
Fecha de validación	15/05/2023
Nombre completo de experto	DR. JUAN CARLOS VILLALBA
Correo electrónico	juancarlos.villalba@ucv.edu.pe
Profesión	Psicólogo
Cargo	Docente e investigador
Nombre institución	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
Fecha	15/05/2023

Validación:			
Revisión	Revisión	Revisión	Revisión



VALIDACION DE INSTRUMENTO SALARIO EMOCIONAL - PRUEBA DE V DE AIKEN

Items	Criterio	JUECES					Acuerdos	V Aiken	Decisión
		1	2	3	4	5			
1	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
2	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
3	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
4	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
5	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
6	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
7	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
8	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
9	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
10	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
11	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
12	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
13	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
14	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
15	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
16	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
17	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
18	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
19	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
20	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
21	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
22	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
23	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
24	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
25	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
26	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
27	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
28	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
29	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validar fuerte
Ítems	Criterio	JUECES					Acuerdos	V Aiken	Decisión
		1	2	3	4	5			
Índice General Validación Emocional	Suficiencia	Escala 1,2,3,4 y 5					0	0.98	Validar fuerte
	Claridad	Escala 1,2,3,4 y 5					0	0.99	Validar fuerte
	Coherencia	Escala 1,2,3,4 y 5					0	0.96	Validar fuerte
	Relevancia	Escala 1,2,3,4 y 5					0	0.90	Validar fuerte

$$V = \frac{S}{n \times (n-1)}$$

Donde:

- n = Número de jueces
- c = Número de valores en la escala de medición
- S = Sumatoria de si
- si = Valor asignado por el juez i

Prueba de V de Aiken (1985):

Item (A) bueno (se acepta) = 1

Item (B) deficiente (se rechaza) = 0

Grupos de ítems para interpretar el coeficiente de validación

V. Fuerte	0.91 a 1.00
V. Moderada	0.81 a 0.90
Validar débil	0.60 a 0.80

### Anexo 3.2

#### Ficha Técnica de Validación de Instrumento de Engagement

Titulo	Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024						
Autora	John P. Meyer y Natalie J. Allen (1997)						
Fecha	Pajuelo Ayambo José (2006) Adaptación						
Validez	<p>Validez interna: El cuestionario, instrumento psicométrico que permite conocer el compromiso organizacional (engagement) que presentan los colaboradores con su organización. mide la apreciación de esta variable, tomando en cuenta los criterios para las dimensiones: e. afectivo, e. de continuidad y e. normativo.</p> <p>Validez externa: El contenido del instrumento fue validado por medio de juicio de expertos en La Libertad, el cual contó con 5 expertos con cargos en dirección y jefaturas, psicólogos, así como también el grado de maestros en gestión del talento humano, obteniendo una concordancia mayor del 90% según valoración de Aiken. Los criterios de evaluación fueron de suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, Los jueces expertos fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Dra. Teresa Uribe Hidalgo</li><li>2. Mg. Luigi Cabos Villa</li><li>3. Mg. Harold Gonzales Lázaro</li><li>4. Mg. Eduardo Ubillús Galarreta</li><li>5. Jef. Fernando Correa Figuerola</li></ol>						
Confiabilidad	<p>Se aplicó la prueba piloto a un total de 20 colaboradores de una industria farmacéutica con características similares a la muestra, para contar con una base de datos y así obtener la confiabilidad mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach obteniendo el cuestionario de SE un coeficiente de 0,829. Encontrando en las dimensiones:</p> <p style="text-align: center;">Alfa de Cronbach:</p> <table><tr><td>E. Afectivo</td><td>0,823</td></tr><tr><td>E. de Continuidad</td><td>0,816</td></tr><tr><td>E. Normativo</td><td>0,821</td></tr></table>	E. Afectivo	0,823	E. de Continuidad	0,816	E. Normativo	0,821
E. Afectivo	0,823						
E. de Continuidad	0,816						
E. Normativo	0,821						
Conclusión	Habiendo obtenido resultados óptimos en las pruebas de validez de contenido por jueces expertos y los resultados del estudio piloto de confiabilidad, se concluye que el instrumento Engagement creado por Meyer, (1997) y adaptado por Pajuelo, (2006) es apto para su aplicación en la población en estudio.						

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

Plan de validación de contenidos de los cursos

Plan de validación de contenidos de los cursos

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**INSTRUCCIÓN:**  
Presentar los datos de validación de los cursos en los instrumentos de la investigación a continuación, en la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación de contenidos son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos.

Cursos	Grado	Créditos
Salud Pública	5º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	6º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	7º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	8º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	9º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	10º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos

Matriz de validación de los contenidos de los cursos de la asignatura

**Definición de la variable: Efectividad**  
Se define a la habilidad para realizar y evaluar actividades en todo momento con la capacidad de hacer conclusiones, así como para analizar y valorar información que permite evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Alca, 2011)

Cursos	Contenidos	Grado de cumplimiento										Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID	1. Descripción del problema de salud pública													
	2. Descripción del problema de salud pública													
	3. Descripción del problema de salud pública													
	4. Descripción del problema de salud pública													
	5. Descripción del problema de salud pública													
	6. Descripción del problema de salud pública													
	7. Descripción del problema de salud pública													
	8. Descripción del problema de salud pública													
	9. Descripción del problema de salud pública													
	10. Descripción del problema de salud pública													

**Plan de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Encuesta de Efectividad
Objetivo del instrumento	Realizar un estudio de validación de los cursos de la licenciatura de Medicina y Odontología en el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico.
Nombre y apellido del experto	Carlos María del Real
Domicilio de identidad	28001
Área de experiencia en el área	Salud Pública
Ministerio/Órgano Académico	Ministerio de Sanidad
Nacionalidad	ESPAÑA
Institución	Universidad de Valladolid
Cargo	Director de Gestión de Calidad
Número telefónico	910000000
Firma	
Fecha	28/10/14

Validación:

DEFINIR SI	VALIDAR SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

Plan de validación de contenidos de los cursos de la asignatura

Plan de validación de contenidos de los cursos de la asignatura

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**INSTRUCCIÓN:**  
Presentar los datos de validación de los cursos en los instrumentos de la investigación a continuación, en la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación de contenidos son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos.

Cursos	Grado	Créditos
Salud Pública	5º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	6º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	7º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	8º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	9º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	10º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos

Matriz de validación de los contenidos de los cursos de la asignatura

**Definición de la variable: Efectividad**  
Se define a la habilidad para realizar y evaluar actividades en todo momento con la capacidad de hacer conclusiones, así como para analizar y valorar información que permite evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Alca, 2011)

Cursos	Contenidos	Grado de cumplimiento										Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID	1. Descripción del problema de salud pública													
	2. Descripción del problema de salud pública													
	3. Descripción del problema de salud pública													
	4. Descripción del problema de salud pública													
	5. Descripción del problema de salud pública													
	6. Descripción del problema de salud pública													
	7. Descripción del problema de salud pública													
	8. Descripción del problema de salud pública													
	9. Descripción del problema de salud pública													
	10. Descripción del problema de salud pública													

**Plan de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Encuesta de Efectividad
Objetivo del instrumento	Realizar un estudio de validación de los cursos de la licenciatura de Medicina y Odontología en el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico.
Nombre y apellido del experto	Luis Carlos Vill
Domicilio de identidad	4401193
Área de experiencia en el área	Salud Pública
Ministerio/Órgano Académico	Ministerio de Sanidad
Nacionalidad	ESPAÑA
Institución	Universidad de Valladolid
Cargo	Director de Gestión de Calidad
Número telefónico	910000000
Firma	
Fecha	28/10/14

Validación:

DEFINIR SI	VALIDAR SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI
			X	

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

Plan de validación de contenidos de los cursos de la asignatura

Plan de validación de contenidos de los cursos de la asignatura

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**INSTRUCCIÓN:**  
Presentar los datos de validación de los cursos en los instrumentos de la investigación a continuación, en la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos. Los datos a completar en el apartado de validación de contenidos son los de la investigación realizada y en el apartado de colaboración con el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, para el curso de la asignatura de la tabla que se adjunta en el anexo de este plan de validación de contenidos.

Cursos	Grado	Créditos
Salud Pública	5º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	6º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	7º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	8º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	9º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos
Salud Pública	10º curso de la licenciatura de Medicina y Odontología	6 créditos

Matriz de validación de los contenidos de los cursos de la asignatura

**Definición de la variable: Efectividad**  
Se define a la habilidad para realizar y evaluar actividades en todo momento con la capacidad de hacer conclusiones, así como para analizar y valorar información que permite evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos (Alca, 2011)

Cursos	Contenidos	Grado de cumplimiento										Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID	1. Descripción del problema de salud pública													
	2. Descripción del problema de salud pública													
	3. Descripción del problema de salud pública													
	4. Descripción del problema de salud pública													
	5. Descripción del problema de salud pública													
	6. Descripción del problema de salud pública													
	7. Descripción del problema de salud pública													
	8. Descripción del problema de salud pública													
	9. Descripción del problema de salud pública													
	10. Descripción del problema de salud pública													

**Plan de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Encuesta de Efectividad
Objetivo del instrumento	Realizar un estudio de validación de los cursos de la licenciatura de Medicina y Odontología en el área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico.
Nombre y apellido del experto	Ignacio María del Real
Domicilio de identidad	4401193
Área de experiencia en el área	Salud Pública
Ministerio/Órgano Académico	Ministerio de Sanidad
Nacionalidad	ESPAÑA
Institución	Universidad de Valladolid
Cargo	Director de Gestión de Calidad
Número telefónico	910000000
Firma	
Fecha	28/10/14

Validación:

DEFINIR SI	VALIDAR SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI	VALIDAR EN SI
			X	



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
**Ficha de validación de contenido para instrumento**  
**Evaluación por juicio de expertos**  
**RODRIGO VA**

**INSTRUCCIÓN**

Respetado jurado: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la investigación a continuación, en la cual se usará el instrumento de medición de grado del Constructo de Engagement que permitirá recoger la información en la presente investigación. **Respecto a los aspectos de validez de contenido de colaboradores del área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, Línea 2824.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para mejorar los contenidos pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Ítems	Definición	Calificación
Validez de contenido	1. ¿El instrumento pertenece a la disciplina científica y tiene como objetivo la medición de ella?	1. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de constructo	2. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	2. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de validez de contenido	3. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	3. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de validez de contenido	4. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	4. Definición de Engagement	4 de 5 puntos

Nota: Criterio de validación de la presente de Rodríguez y Castro (2005).

**Matriz de validación del contenido de la variable Engagement**

**Definición de la variable: Engagement**

Se refiere a la habilidad para evaluar y adoptar decisiones en total conciencia con la consecución de metas comerciales, así como para analizar y evaluar obstáculos que pueden afectar el cumplimiento de los objetivos empresariales (Ahuja, 2016).

Criterio	Descripción	Ítem	Criterio de validación				
			Validez de contenido	Validez de constructo	Validez de validez de contenido	Validez de validez de contenido	Validez de validez de contenido
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Propósito de la investigación	1. ¿El instrumento pertenece a la disciplina científica y tiene como objetivo la medición de ella?	✓	✓	✓	✓	✓
		2. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		3. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		4. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	5. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		6. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		7. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		8. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	9. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		10. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		11. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		12. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	13. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		14. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		15. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		16. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓

**Ficha de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Engagement
Objetivo del instrumento	Medir el nivel de compromiso de los colaboradores y su relación con el negocio.
Nombre y apellido del autor	Rodrigo Va, María Victoria Rodríguez
Documento de identidad	74701414
Año de experiencia en el área	3 años
Nombre Centro Académico	Facultad de Ciencias - Universidad César Vallejo
Nombre curso	Marketing
Profesión	Comerciante
Cargo	Profesora de Marketing
Nombre institución	Universidad César Vallejo
Fecha	21/05/2024

**Validación**

CONCORDANCIA	VALIDEZ	RECOMENDACIONES	REVISAR	REVISAR
		✓		

**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
**Ficha de validación de contenido para instrumento**  
**Evaluación por juicio de expertos**  
**RODRIGO VA**

**INSTRUCCIÓN**

Respetado jurado: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la investigación a continuación, en la cual se usará el instrumento de medición de grado del Constructo de Engagement que permitirá recoger la información en la presente investigación. **Respecto a los aspectos de validez de contenido de colaboradores del área de promoción médica y ventas de un laboratorio farmacéutico, Línea 2824.** Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para mejorar los contenidos pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

Criterio	Ítems	Definición	Calificación
Validez de contenido	1. ¿El instrumento pertenece a la disciplina científica y tiene como objetivo la medición de ella?	1. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de constructo	2. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	2. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de validez de contenido	3. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	3. Definición de Engagement	4 de 5 puntos
Validez de validez de contenido	4. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	4. Definición de Engagement	4 de 5 puntos

Nota: Criterio de validación de la propuesta de Escobar y Torres (2005).

**Matriz de validación del contenido de la variable Engagement**

**Definición de la variable: Engagement**

Se refiere a la habilidad para analizar y adoptar decisiones en total conciencia con la consecución de metas comerciales, así como para analizar y evaluar obstáculos que pueden afectar el cumplimiento de los objetivos empresariales (Ahuja, 2016).

Criterio	Descripción	Ítem	Criterio de validación				
			Validez de contenido	Validez de constructo	Validez de validez de contenido	Validez de validez de contenido	Validez de validez de contenido
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Propósito de la investigación	1. ¿El instrumento pertenece a la disciplina científica y tiene como objetivo la medición de ella?	✓	✓	✓	✓	✓
		2. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		3. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		4. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	5. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		6. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		7. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		8. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	9. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		10. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		11. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		12. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
CONCORDANCIA DE CONTENIDO	Definición de la variable	13. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		14. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		15. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓
		16. ¿El instrumento mide constructos relacionados con el tema de estudio y promueve un resultado específico?	✓	✓	✓	✓	✓

**Ficha de validación de juicio de experto**

Nombre del instrumento	Engagement
Objetivo del instrumento	Medir el nivel de compromiso de los colaboradores y su relación con el negocio.
Nombre y apellido del autor	Rodrigo Va, María Victoria Rodríguez
Documento de identidad	74701414
Año de experiencia en el área	3 años
Nombre Centro Académico	Facultad de Ciencias - Universidad César Vallejo
Nombre curso	Marketing
Profesión	Comerciante
Cargo	Profesora de Marketing
Nombre institución	Universidad César Vallejo
Fecha	21/05/2024

**Validación**

CONCORDANCIA	VALIDEZ	RECOMENDACIONES	REVISAR	REVISAR
		✓		



**VALIDACION DE INSTRUMENTO ENGAGEMENT - PRUEBA DE V DE AIKEN**

Ítems	Criterio	IUECES					Acuerdos	V Aiken	Decisión
		1	2	3	4	5			
1	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
2	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
3	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
4	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
5	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
6	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
7	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
8	Suficiencia	1	1	1	1	0	4	0.80	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	0	4	0.80	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	0	4	0.80	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
9	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
10	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
11	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
12	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
13	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
14	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
15	Suficiencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Claridad	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Coherencia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
	Relevancia	1	1	1	1	1	5	1.00	Validez fuerte
Ítems	Criterio	IUECES					Acuerdos	V Aiken	Decisión
		1	2	3	4	5			
Índice General V-Engagement	Suficiencia	Ejemplo 1,2,3,4 y 5					0	0.00	Validez fuerte
	Claridad	Ejemplo 1,2,3,4 y 5					0	0.00	Validez fuerte
	Coherencia	Ejemplo 1,2,3,4 y 5					0	0.00	Validez fuerte
	Relevancia	Ejemplo 1,2,3,4 y 5					0	1.00	Validez fuerte

$$V = \frac{S}{n \times (c-1)}$$

Donde:

n = Número de juicios

c = Número de valores en la escala de medición

S = Sumatoria de sl

sl = Valor asignado por el juez i.

Prueba de V de Aiken (1995):

Ítem bueno (se acepta) = 1

Ítem deficiente (se rechaza) = 0

**Criterios para Interpretar el coeficiente de validez:**

V. Fuerte 0.91 a 1.00

V. Aceptable 0.81 a 0.90

Validez Débil 0.00 a 0.80

## Anexo 4

### Resultado de análisis de consistencia interna

#### Anexo 4.1

#### CONFIABILIDAD INSTRUMENTO SALARIO EMOCIONAL – PRUEBA PILOTO

ENCUESTADOS	ITEMS																			SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
E1	3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	86
E2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	87
E3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	68
E4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	84
E5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
E6	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	70
E7	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
E8	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	2	66
E9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
E10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	81
E11	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	67
E12	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	75
E13	3	4	4	3	4	4	1	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	63
E14	3	4	3	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	73
E15	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	78
E16	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	81
E17	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
E18	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	47
E19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	94
E20	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	77
<b>VARIANZA</b>	1.090	0.728	0.748	0.760	0.590	0.690	1.248	0.500	0.528	0.660	0.790	0.560	0.540	0.440	0.628	0.690	0.790	0.328	0.748	
<b>SUMATORIA DE VARIANZAS</b>																				13.053
<b>VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS</b>																				150.148

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario  
 $k$ : Número de ítems del instrumento  
 $\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems  
 $S_T^2$ : Varianza total del instrumento

$\rightarrow$  0.964  
 $\rightarrow$  19  
 $\rightarrow$  13.053  
 $\rightarrow$  150.148

El instrumento de Salario emocional es de excelente confiabilidad

## CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO SALARIO EMOCIONAL

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
<b>0.964</b>	19

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente Confiabilidad
1	Confiabilidad Perfecta

Estadísticas de total de elemento				
Item	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item1	74.55	135.734	0.848	0.961
Item2	74.30	141.379	0.764	0.962
Item3	74.40	139.095	0.868	0.960
Item4	74.25	141.882	0.721	0.962
Item5	74.35	144.239	0.697	0.963
Item6	74.35	142.661	0.720	0.962
Item7	74.50	137.632	0.711	0.963
Item8	74.45	146.261	0.642	0.963
Item9	74.30	144.221	0.742	0.962
Item10	74.25	145.039	0.613	0.964
Item11	74.55	140.997	0.749	0.962
Item12	74.25	142.303	0.828	0.961
Item13	74.05	141.418	0.896	0.960
Item14	74.05	146.471	0.675	0.963
Item15	74.30	142.011	0.794	0.961
Item16	74.35	142.976	0.704	0.962
Item17	74.35	139.292	0.833	0.961
Item18	74.10	146.200	0.810	0.962
Item19	74.40	140.779	0.783	0.961

## Anexo 4.2

### CONFIABILIDAD INSTRUMENTO ENGAGEMENT – PRUEBA PILOTO

ENCUESTADOS	ITEMS																		SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
E1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	87
E2	4	5	4	5	5	4	5	5	1	3	2	2	3	2	2	1	5	4	62
E3	5	5	5	4	5	4	5	3	1	4	5	5	4	2	4	5	5	4	75
E4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	3	77
E5	4	5	5	5	5	4	4	4	2	3	3	4	4	3	5	5	5	5	75
E6	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	70
E7	5	5	5	5	5	3	5	4	4	3	4	3	2	2	4	4	5	4	72
E8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	88
E9	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	86
E10	5	4	4	5	5	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	68
E11	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	73
E12	4	4	4	5	4	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	3	5	4	66
E13	4	5	4	4	5	2	3	4	1	1	2	3	4	4	3	2	4	4	59
E14	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	56
E15	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	77
E16	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	3	2	5	4	4	5	5	74
E17	4	5	5	5	5	4	4	3	2	3	2	2	4	2	5	3	5	3	66
E18	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	68
E19	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	66
E20	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	2	4	4	5	4	73
<b>VARIANZA</b>	0.340	0.228	0.233	0.210	0.288	0.610	0.510	0.900	2.048	1.510	1.750	1.248	1.028	1.448	1.028	1.288	0.240	0.490	
<b>SUMATORIA DE VARIANZAS</b>				15.393															
<b>VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS</b>				70.990															

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_j^2}{S_T^2} \right]$$

- $\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario → 0.829
- $k$ : Número de ítems del instrumento → 18
- $\sum_{j=1}^k S_j^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems → 15.393
- $S_T^2$ : Varianza total del instrumento → 70.990

**El instrumento de Engagement es de excelente confiabilidad**

## CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO ENGAGEMENT

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.829	18

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente Confiabilidad
1	Confiabilidad Perfecta

Estadísticas de total de elemento				
Item	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Item1	67.50	69.105	0.529	0.819
Item2	67.25	72.303	0.262	0.828
Item3	67.30	69.379	0.608	0.818
Item4	67.20	72.484	0.252	0.828
Item5	67.15	73.397	0.109	0.832
Item6	68.20	68.168	0.447	0.820
Item7	67.60	68.042	0.509	0.818
Item8	67.90	67.358	0.402	0.822
Item9	68.95	61.524	0.480	0.820
Item10	68.60	61.516	0.588	0.810
Item11	68.40	60.674	0.577	0.811
Item12	68.35	64.766	0.469	0.818
Item13	68.25	66.303	0.434	0.820
Item14	68.35	66.555	0.330	0.828
Item15	68.05	66.471	0.423	0.821
Item16	68.15	61.187	0.669	0.805
Item17	67.30	73.168	0.152	0.831
Item18	67.80	69.432	0.399	0.822

## Anexo 5

### Consentimiento informado

**Título de la investigación:** Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024

**Investigador:** Emmanuel Vincent Jacobs Aguilar Casana.

**Propósito del estudio:** Le invitamos a participar en la investigación titulada "Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024", cuyo objetivo es determinar la correlación del Salario emocional en el engagement de los colaboradores de una industria farmacéutica, Trujillo 2024. Esta investigación es desarrollada por el estudiante del programa de estudio Maestría en Gestión del Talento Humano, de la Universidad César Vallejo del Campus UCV Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la industria farmacéutica.

**Descripción del impacto del problema de la investigación:**

Mejorar el salario emocional de un colaborador no solo eleva su engagement, sino que también beneficia directamente a los clientes y fortalece la eficacia institucional. A través de los hallazgos y conclusiones obtenidos en el estudio se puede ayudar a la industria a reforzar las condiciones laborales de los colaboradores, promoviendo un salario emocional equilibrado que beneficie no solo a los trabajadores, sino también a las familias.

**Procedimiento.** Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos generales.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 15 a 20 minutos y se realizará en las oficinas de la dicha industria farmacéutica. Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar de la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puede generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar al beneficio de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrían convertirse en beneficio de la sociedad.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el investigador Emmanuel Vincent Jacobs Aguilar Casana, email. [eaquilar.biotech@gmail.com](mailto:eaquilar.biotech@gmail.com) y el asesor Salgado Portugal Juan José.

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

**Nombre y apellidos:** .....

**Fecha y hora:**.....

**Firma:** .....

Ver enlace drive:

[https://drive.google.com/drive/folders/18CmuvaFChekLsiKjFn1N3mW\\_vERSqvlh](https://drive.google.com/drive/folders/18CmuvaFChekLsiKjFn1N3mW_vERSqvlh)

20 Ramón Tejada Oliveros. "Optimización de las propiedades de tenacidad e impacto de formulaciones de ácido poliláctico (PLA), mediante mezclas con polímeros flexibles y optimización de los sistemas de compatibilización", Universitat Politècnica de Valencia, 2023

Publicación

<1%

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

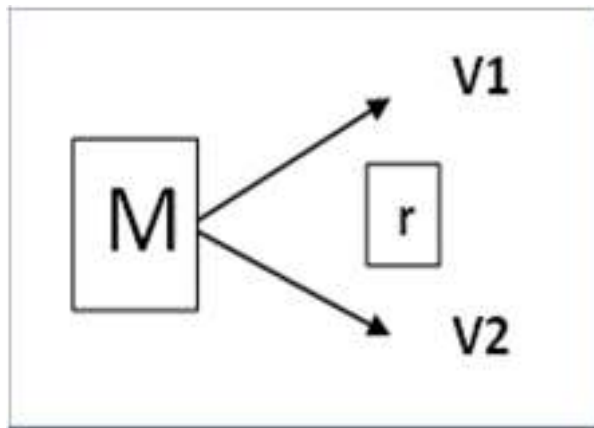
Excluir bibliografía

Apagado

**Anexo 7**  
**Análisis complementario**

**Anexo 7.1**  
**Esquema del diseño de investigación**

Utilizando como referencia el siguiente diagrama:



Donde:

M: muestra de colaboradores de una industria farmacéutica

V1: Variable independiente (SE)

V2: Variable dependente (Engagement)

r : Prueba de correlación



**Anexo 7.2**  
**Prueba de Normalidad**

Prueba de normalidad según el salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.

<b>Pruebas de normalidad</b>			
<b>VARIABLES / DIMENSIONES</b>	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig
<b>SALARIO EMOCIONAL</b>	0.187	60	0.000
Reconocimiento	0.130	60	0.013
Conciliación familiar	0.176	60	0.000
Desarrollo e integración	0.179	60	0.000
<b>ENGAGEMENT</b>	0.175	60	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Según el análisis se observa que la prueba de Kolmogorov-Smirnov para muestras mayores a 50 ( $n > 50$ ) que prueba los datos de las variables en estudio, se pudo ver que los niveles de significancia para ambas variables son menores al 5% ( $p < 0.05$ ), con lo que se demostró que los datos se distribuyen de manera no normal; por lo cual fue necesario utilizar las pruebas no paramétricas como es la correlación de Spearman (Rho) así como regresión logística ordinal y se puede determinar la relación entre las variables Salario emocional y engagement.

## Anexo 8

### Autorizaciones para el desarrollo del trabajo académico



#### **"AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO"**

Trujillo, 25 de junio de 2024

#### **CARTA N° 248-2024-UCV-VA-EPG-F01/J**

Sr. Jorge Ramírez Montalvo

**Gerente General**

**DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA LA LIBERTAD - DIFARLIB S.R.L.**

**PRESENTE.** –

#### **ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA APLICAR INSTRUMENTOS PARA EL DESARROLLO DE TESIS**

Es grato dirigirme a usted para saludarle cordialmente y así mismo presentar al estudiante **EMMANUEL VINCENT JACOBS AGUILAR CASANA** del programa de **MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

El estudiante en mención solicita autorización para aplicar los instrumentos necesarios para el desarrollo de su tesis denominada: **"RELACIÓN SALARIO EMOCIONAL Y ENGAGEMENT DE COLABORADORES DEL ÁREA DE PROMOCIÓN Y VENTAS DE UNA INDUSTRIA FARMACÉUTICA, TRUJILLO 2024"**, en la institución que usted dirige.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement de colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.

Agradeciendo la atención que brinde a la presente, aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y respeto.

**Atentamente.** –



**Mg. Ricardo Benites Aliaga**  
Jefe de la Escuela de Posgrado-Trujillo  
Universidad César Vallejo

#### **ADJUNTO:**

- Instrumentos de recolección de datos.



Bicentenario  
**2024**



"Año del bicentenario, de la consolidación de nuestra  
independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de  
Junin y Ayacucho"

Trujillo, 28 de Junio del 2024

## AUTORIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Estimada y prestigiosa, Universidad César Vallejo - Sede Trujillo,

Por la presente, me complace autorizar a Emmanuel Vincent Jacobs Aguilar Casana del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, de la escuela de Posgrado a llevar a cabo el estudio titulado "Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024".

La investigación, como se describe en el protocolo proporcionado, tiene como objetivo: Determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement. Apreciamos la importancia y el impacto potencial de este estudio y estamos comprometidos en proporcionar el apoyo necesario para su ejecución exitosa.

Solicitamos que toda la investigación se realice en cumplimiento con los estándares éticos y legales aplicables, y que cualquier información obtenida durante el estudio se maneje con la debida diligencia y confidencialidad.

Esperamos que esta colaboración sea fructifera y beneficie tanto a vuestra universidad como a la comunidad en general.

Se otorga la presente autorización a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

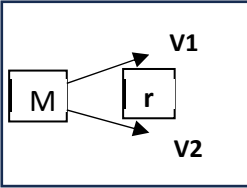
Atentamente,

Carlos Ojeda Aguilar  
PROMOCIÓN DE VENTAS  
DIFARLIB S.A.C.

---

Carlos Ojeda Aguilar  
Supervisor Promoción y Ventas  
Celular 949 147 125

**Anexo 9**  
**Matriz de consistencia**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES Y DIMENSIONES	MUESTRA	DISEÑO	TÉCNICA / INSTRUMENTO
Relación salario emocional y engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	¿Cuál es la relación que existe entre salario emocional y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.?	Determinar la relación que existe entre el salario emocional y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	<b>Salario Emocional:</b> - RECONOCIMIENTO - CONCILIACION FAMILIAR - DESARROLLO E INTEGRACION	<b>POBLACION:</b> Está conformada por todos los colaboradores del área de promoción y ventas que trabajan actualmente en una industria farmacéutica.	*Tipo: Básica *Enfoque: Cualitativo *Diseño: No experimental, descriptivo, correlacional y transversal.	Técnica: - Encuesta Instrumento: -Cuestionario
	<b>P1</b> ¿Cuál es la relación que existe entre el reconocimiento y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.?	<b>O1</b> Determinar la relación que existe entre el reconocimiento y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.	<b>ENGAGEMENT:</b> - ENGAGEMENT AFECTIVO - ENGAGEMENT DE CONTINUIDAD - ENGAGEMENT NORMATIVO	<b>MUESTREO:</b> Se consideró a la técnica no probabilístico intencional, la cual comprende una selección a través de la intención del investigador, que responde directamente a los objetivos que pretende alcanzar en la investigación, y frente a un grupo poblacional específico.		
	<b>P2</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la conciliación familiar y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.?	<b>O2</b> Determinar la relación que existe entre la conciliación familiar y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.				
	<b>P3</b> ¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo e integración y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.?	<b>O3</b> Determinar la relación que existe entre el desarrollo e integración y el engagement de los colaboradores del área de promoción y ventas de una industria farmacéutica, Trujillo 2024.				

Donde:  
M: muestra de colaboradores de una industria farmacéutica.  
V1: Variable independiente (SE)  
V2: Variable dependente (Engagement)  
r: Prueba de correlación





<b>E 48</b>	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2
<b>E 49</b>	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
<b>E 50</b>	2	2	2	2	4	4	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	
<b>E 51</b>	3	3	3	2	3	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2
<b>E 52</b>	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>E 53</b>	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>E 54</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>E 55</b>	1	2	2	2	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>E 56</b>	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>E 57</b>	4	3	4	4	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>E 58</b>	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2
<b>E 59</b>	4	4	4	4	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>E 60</b>	3	2	3	2	4	5	5	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2





E 22	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
E 23	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1
E 24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E 25	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2
E 26	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
E 27	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
E 28	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
E 29	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
E 30	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
E 31	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E 32	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
E 33	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
E 34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
E 35	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4
E 36	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
E 37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E 38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
E 39	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
E 40	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
E 41	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2
E 42	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
E 43	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
E 44	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
E 45	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E 46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
E 47	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
E 48	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
E 49	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
E 50	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2

E 51	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2
E 52	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
E 53	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
E 54	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
E 55	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
E 56	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
E 57	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2
E 58	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2
E 59	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2
E 60	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2

### Anexo 10.3

#### Evidencias de la aplicación de los cuestionarios Salario emocional y engagement



### Anexo 10.4

Frecuencia del factor sociodemográfico según el salario emocional (dimensiones) y el engagement.

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS			SALARIO EMOCIONAL		
			BAJO (4-9)	MEDIO (10-15)	ALTO (16-20)
Género	Masculino	48	25	8	15
	Femenino	12	6	4	2
Edad	18 a 39 años	35	19	7	9
	40 a 59 años	21	10	5	6
	60 a 70 años	4	2	0	2
Estado Civil	Soltero	8	8	0	0
	Casado	48	21	11	16
	Otros	4	2	1	1
Grado de instrucción	Secundario	17	4	6	7
	Técnico	33	23	5	5
	Superior	10	4	1	5
		<b>60</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>17</b>

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS			ENGAGEMENT		
			BAJO (4-9)	MEDIO (10-15)	ALTO (16-20)
Género	Masculino	48	27	9	12
	Femenino	12	7	3	2
Edad	18 a 39 años	35	20	7	8
	40 a 59 años	21	12	5	4
	60 a 70 años	4	2	0	2
Estado Civil	Soltero	8	8	0	0
	Casado	48	23	11	14
	Otros	4	3	1	0
Grado de instrucción	Secundario	17	8	4	5
	Técnico	33	22	7	4
	Superior	10	4	1	5
		<b>60</b>	<b>34</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS			RECONOCIMIENTO		
			BAJO (4-9)	MEDIO (10-15)	ALTO (16-20)
Género	Masculino	48	16	13	19
	Femenino	12	5	5	2
Edad	18 a 39 años	35	11	11	13
	40 a 59 años	21	9	6	6
	60 a 70 años	4	1	1	2
Estado Civil	Soltero	8	2	3	3
	Casado	48	18	13	17
	Otros	4	1	2	1
Grado de instrucción	Secundario	17	6	4	7
	Técnico	33	12	12	9
	Superior	10	3	2	5
		<b>60</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>21</b>

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS			CONCILIACIÓN FAMILIAR		
			BAJO (3-7)	MEDIO (8-12)	ALTO (13-15)
Género	Masculino	48	21	15	12
	Femenino	12	6	4	2
Edad	18 a 39 años	35	16	11	8
	40 a 59 años	21	10	7	4
	60 a 70 años	4	1	1	2
Estado Civil	Soltero	8	4	3	1
	Casado	48	20	15	13
	Otros	4	3	1	0
Grado de instrucción	Secundario	17	6	7	4
	Técnico	33	18	7	8
	Superior	10	3	5	2
		<b>60</b>	<b>27</b>	<b>19</b>	<b>14</b>

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS			DESARROLLO E INTEGRACIÓN		
			BAJO (12-28)	MEDIO (29-45)	ALTO (46-60)
Género	Masculino	48	25	9	14
	Femenino	12	8	1	3
Edad	18 a 39 años	35	20	5	10
	40 a 59 años	21	11	5	5
	60 a 70 años	4	2	0	2
Estado Civil	Soltero	8	8	0	0
	Casado	48	24	7	17
	Otros	4	1	3	0
Grado de instrucción	Secundario	17	5	6	6
	Técnico	33	24	3	6
	Superior	10	4	1	5
		<b>60</b>	<b>33</b>	<b>10</b>	<b>17</b>