

Empresas comprometidas con el salario emocional de sus colaboradores en el sector minero de Colombia

Companies committed with the emotional salary of their employees in the mining sector in Colombia

Recibido: 20/11/2018 **Aceptado:** 30/12/2018

Hanllely Petit ¹
hanllelypetit@hotmail.com

RESUMEN

El presente estudio se realizó con la finalidad de identificar los satisfactores del salario emocional en las empresas del sector minero de Colombia. Para la elaboración del marco teórico se consultaron a teóricos tales como Abad (2010), Gómez (2011), Dessler (2012), Gay-Puyal (2014), entre otros. Se utilizó una metodología positivista, de tipo descriptivo y cuantitativa con un diseño no experimental, transaccional y de campo. La población se constituyó por empleados de las tres empresas que tienen sede en el departamento de la Guajira, Mecánicos Asociados S.A.S, Komatsu S.A.S y CHM Minería, representada por ochenta y seis (86) personas. Como instrumentos de recolección de datos se utilizaron dos un cuestionario para la variable satisfactores del salario emocional con 12 ítems respectivamente, de cinco (5) alternativas de respuesta cada uno. La validez se realizó mediante la técnica de validez de contenido, el instrumento fue revisado por 10 expertos en el área de estudio. La confiabilidad del instrumento se obtuvo a través de la fórmula de Alpha Cronbach y el índice obtenido fue de 0.93, lo que indica una confiabilidad alta. Para el tratamiento estadístico se utilizaron estadísticas descriptivas a través del cálculo de las frecuencias absolutas y relativas. De los resultados obtenidos se concluyó que estos satisfactores se encuentran poco presentes. Demostrando que casi nunca la empresa vela por mantener ambientes de trabajos ergonómicos, que los empleados casi nunca se sienten satisfecho con las condiciones de trabajo que ofrece la empresa, puesto que el ambiente de trabajo poco facilita el trabajo productivo.

Palabras clave: salario emocional, motivación laboral, sector minero de Colombia.

ABSTRACT

¹ Magister en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad Rafael Belloso Chacín, Venezuela

The purpose of this study was to identify the vision of the emotional salary in the mining sector in Colombia. The theoretical framework comprised the contributions of Abad (2010), Gómez (2011), Dessler (2012), Gay-Puyal (2014), among others. A positivist, descriptive, and quantitative methodology was used as well as a non-experimental, transactional, and field design. The population consisted of 86 employees from 3 mining companies (Mecánicos Asociados S.A.S, Komatsu S.A.S y CHM Minería) based in the Department of La Guajira. Data was collected by means of a 12-item questionnaire with a 5-option-response scale. Content analysis techniques were used by 10 experts to validate the instrument. Reliability was calculated through the Alfa Cronbach procedure resulting in a 0.93 index which indicates a high reliability level. Descriptive statistics was used for obtaining absolute and relative frequencies. Results showed that *satisfactors* are not present among the population. This confirms that the company hardly ever maintains ergonomic work environments. Also, that the employees rarely feel satisfied with the work conditions at their companies since the work environment does not tend to promote productive work.

Keywords: emotional salary, work motivation, mining sector in Colombia.

1. INTRODUCCIÓN

En los mercados laborales globales de la actualidad, el tema del salario es uno de los más vulnerables a la hora de tomar decisiones sobre el proceso de contratación del personal. El salario es considerado como el pago que recibe un trabajador, de forma periódica, de mano de su empleador a cambio de que éste trabaje durante un tiempo determinado para el que fue contratado y produzca una determinada cantidad de bienes o servicios equivalentes a ese tiempo de trabajo.

Por esta razón, los salarios representan algo muy diferente para trabajadores y empleadores. Para estos últimos, aparte de ser un elemento del costo, es un medio que permite motivar a los trabajadores. En cambio, para los trabajadores representa el nivel de vida que pueden tener, un incentivo para adquirir calificaciones y, por último, una fuente de satisfacción frente al trabajo realizado. La negociación colectiva en la empresa o en el sector y un diálogo social tripartito en el plano nacional son las mejores vías para determinar el nivel de los salarios y resolver conflictos potenciales. Los salarios son todos aquellos pagos que compensan a los individuos por el tiempo y el esfuerzo dedicado a la producción de bienes y servicios. Estos pagos incluyen no

sólo los ingresos por hora, día o semana trabajada de los trabajadores manuales, sino también los ingresos, semanales, mensuales o anuales de los profesionales y los gestores de las empresas.

En el mismo orden de ideas, las nuevas generaciones buscan establecerse en empresas que impulsen su desarrollo personal y profesional, por lo que un salario económico alto no garantiza su permanencia dentro de una compañía ni un óptimo desempeño en su trabajo, si llegan a sentirse insatisfechos con el ambiente laboral o las oportunidades de crecimiento.

Es así como surge el salario emocional, el cual se refiere a todas aquellas retribuciones no económicas que el trabajador puede obtener de la empresa y cuyo objetivo es incentivar de forma positiva la imagen que tiene sobre su ambiente laboral e incrementar su productividad, así como satisfacer las necesidades personales, familiares o profesionales, mejorando su calidad de vida y fomentando un buen clima organizacional (Gómez, 2011).

Ahora bien, cabe destacar que estas retribuciones podrían constituir un factor fundamental para el desarrollo de los trabajadores al interior y fuera de la empresa influyendo notablemente en su productividad, lo que sin duda representa un valioso beneficio para la organización. Además, a través de un buen salario emocional, la empresa también logrará disminuir la rotación de personal y el ausentismo, lo que se traducirá en una reducción de costos administrativos. El conjunto de estos aspectos es lo que se denomina satisfactores del salario emocional.

Para lo cual, en el presente documento se identifican los satisfactores del salario emocional en las empresas del sector minero de Colombia, estando constituido el documento por: problemática, elementos teóricos, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones, que ayudaran a observar desde la perspectiva científica la aplicación de dicho concepto en un sector específico.

2. PROBLEMÁTICA

Es importante destacar que las teorías de la motivación de Maslow y McClelland's plantean que a las personas les importa satisfacer sus necesidades primarias y por ello buscan, mediante el trabajo, obtener los recursos económicos que les permitan hacerlo (Kolb et al., 2007). No obstante, existen necesidades 'elevadas' que llevan a la persona a trabajar para satisfacerse en campos no materiales como la realización, el desarrollo intelectual, el reconocimiento, el poder, la interacción social, entre otros. Las nuevas generaciones llamadas del milenio o "generación Y" tienen preferencias más fuertes a estos aspectos no materiales. Lo que quiere decir que estos empleados pueden no sentirse satisfechos con las políticas de remuneración tradicional. Cuando la empresa busca invertir recursos en proporcionar a sus empleados parte de la remuneración en beneficios no económicos se puede afirmar que está brindando un salario emocional.

Lo expuesto anteriormente constituye una de las causas que motivaron a desarrollar la presente investigación en el marco del sector minero de Colombia, específicamente en las empresas ubicadas en el departamento de la Guajira Colombiana. Para ello, fue necesario realizar una visita informal a las empresas objeto de estudio para constatar en sitio y directamente del personal que labora en las mismas sobre la problemática que pudiera estar afectando la productividad, tomando en consideración el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2014).

En tal sentido, para orientar con mayor base la investigación y vincularla con el método científico es necesario definir las variables de estudio. Al respecto, señala Abad (2010) que el sueldo ya no es lo más importante y lo que se denomina salario emocional viene a ser un factor clave en la satisfacción del empleado. Mientras que un sueldo puede ser mejorado por la competencia, el factor emocional es lo que realmente lo diferencia y el que consigue que los empleados sean leales a la misma.

Uno de los grandes desafíos de las empresas es conseguir despertar el compromiso de su gente y ver qué es lo que motiva realmente a cada uno.

Es importante destacar que lo referido por el autor citado se vincula con la problemática de la presente investigación, razón por la cual fue considerada para referir la problemática con el salario emocional en las empresas objeto de estudio. En indagaciones previas en estas empresas del sector minero de Colombia, el 75% de la fuerza laboral refiere que se sienten desmotivados en el desempeño de sus trabajos y no poseen interés por cumplir su jornada laboral completa. Lo anterior se evidencia en los índices de permisos, justificados e injustificados así como en los reposos médicos. Otras de las deficiencias observadas es que no existen cursos de capacitación para el personal, los operarios de las empresas mineras sienten que su opinión no cuenta, por lo que sus necesidades de logro y aceptación no son satisfechas. Así pues, esta caracterización permitió identificar los problemas concretos vinculados con la variable de este estudio: satisfactores del salario emocional los cuales están asociados a las recompensas informales y al salario no cuantificable.

Los satisfactores son elementos que producen la satisfacción de las necesidades humanas. Éstas son inherentes a la existencia del ser humano, por tanto pocas y clasificables. Se afirma que son “fundamentales, por lo que son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos” (Gómez, 2011). Lo que cambia en el tiempo y las culturas son los satisfactores que son los que satisfacen la necesidad como tal.

Los salarios no son la única fuente de motivación, para entender las relaciones no salariales que existen entre empresa y empleado se debe encontrar un modelo que permita conceptualmente establecer las relaciones no salariales que operan dentro del salario emocional y aquellas condiciones psicológicas que llevan al empleado a mantener alto o bajo el nivel de compromiso. Kahn (1990) propone que los empleados se relacionan con sus empleos a tres niveles: físico, cognitivo y

emocional. Las personas juegan roles dentro de las organizaciones y la forma en que estos desarrollan sus tareas está altamente influenciada por estados que son afectados por las relaciones interpersonales y que repercuten en el cumplimiento de las tareas.

Cabe destacar que de no atenderse esta problemática, las empresas del sector minero corren el riesgo de enfrentar situaciones que pudieran ocasionar relaciones conflictivas que perjudicarían las relaciones laborales, así como también la productividad de las mismas. Por esta razón, los resultados arrojados por este estudio permitirán asumir las acciones correctivas necesarias con el fin de evitar conflictos futuros. Los señalamientos anteriores se hacen necesarios para la formulación del problema a través de la interrogante que se indica a continuación:

¿Cuáles son los satisfactores del salario emocional presentes en empresas del sector minero de Colombia?

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3. SATISFACTORES DEL SALARIO EMOCIONAL

Las recompensas del salario emocional pueden ser consideradas como herramientas estratégicas de compensación, muy individuales, para premiar las consecuciones de los trabajadores, también para recompensar el trabajo en equipo, permitiendo el desarrollo personal y profesional a través de un clima laboral adecuado, considerando los valores organizacionales como beneficios sociales de satisfacción intrínseca.

Según Gómez (2011, 45), “los satisfactores se traducen en formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, conducentes a la actualización de necesidades”. Por lo anterior, se trata de proveer a los empleados beneficios, no monetarios, que les hagan sentirse placenteros dentro de la empresa y crean en la compañía un valor agregado, del que los empleados no aspiren desprenderse y que

diferencie a la empresa de las otras. Pueden tratarse de servicios determinados o dotaciones de materia prima.

Sin embargo, algunas empresas ejecutan auténticos esfuerzos por brindar políticas sociales de índole económica (no se refiere al pago) que proporcionan al empleado una serie de servicios de valor agregado. Éstas garantizan, hasta cierto punto, la permanencia de los trabajadores en la empresa ya que pueden contar con servicios adicionales o ventajas acumuladas a cuyo bienestar se han habituado y anhelan conservar para un futuro.

Para Dessler (2012), sobre los satisfactores del salario emocional, lo primero que resalta es que la conducta humana está orientada a alcanzar unos objetivos, así se comprenderán mejor los factores que favorecerán la motivación en el trabajo. Es decir, el trabajador que esté motivado aportará todos sus esfuerzos en alcanzar los objetivos de la empresa ya que los objetivos empresariales habrán pasado a formar parte de sus propios objetivos. En tal sentido, el salario emocional se refiere en algunos casos a motivaciones muy diversas. De allí que es válido afirmar que existen tantas motivaciones como personas o situación concretas.

Gay-Puyal (2014) señala que los satisfactores emocionales son de interés en el área laboral de la empresa. Tradicionalmente, el área de recursos humanos ha sido la encargada de desarrollar funciones activadoras y emplear los incentivos adecuados, de real interés de los subordinados, a fin de obtener motivación. Al respecto, se ha encontrado que la motivación laboral consiste fundamentalmente en mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño.

Al contrastar lo referido por los autores citados, se evidencia la coincidencia entre ellos con relación a los satisfactores del salario emocional en el sentido de que éstos deben aportar cantidad y calidad de satisfacción emocional suficiente a las necesidades personales, pero siempre es necesario estar consciente de que las mismas son singulares, propias y también cambiantes.

Dada la importancia de los satisfactores como lo representan para este estudio, lo que valoran los empleados son los beneficios del salario emocional. Se puede decir, entonces, que la gente que se siente apreciada posee una actitud positiva, mayor confianza en sí misma y habilidad por contribuir y colaborar. Los que poseen la suficiente autoestima, son potencialmente los mejores empleados, situación que permite inclinarse por la teoría manejada por Gay-Puyal (2014).

4. LO QUE VALORAN LOS EMPLEADOS

Gómez (2011 p. 45) refiere que son “las diferencias entre formas de ser, tener, hacer y estar las que generan categorías de empleados”, por tanto las necesidades no son iguales entre mujeres y hombres, entre un estudiante y un ejecutivo veterano, entre un joven recientemente comprometido y un adulto con nietos. Por ello, las gerencias de recursos humanos deben tener este hecho claro, previo al afianzamiento de políticas al respecto. También es determinante entender las necesidades individuales de cada grupo y, por ende, lo que cada uno de ellos aprecia.

En el mismo orden de ideas, Ivancevich (2012) afirma que los empleados aprecian medidas como: reglas no estrictas en el trabajo, el disfrute de un horario elástico de ingreso y salida, la posibilidad de acogerse al teletrabajo o la de vestir de forma informal. Todos estos aspectos dejan en manos del trabajador la responsabilidad de responder por la empresa de la forma apropiada cuando le sea requerido, en forma de informes bien escritos y entregados a tiempo, buena comunicación con los compañeros de trabajo y aspecto formal en los momentos que así lo requieran.

En este sentido, a continuación se desarrollan 2 elementos que se consideran que valoran los empleados, a saber: ambiente del espacio de trabajo y relación trabajo-familia.

4.1. Ambiente del espacio de trabajo

Según Ivancevich (2012), el ambiente de trabajo está asociado a las condiciones que se viven dentro del entorno laboral. El ambiente de trabajo se compone de todas las circunstancias que inciden en la actividad dentro de una oficina, una fábrica, entre otros espacios de trabajo. Cada vez son más las empresas que cuidan mucho el que en ellas exista un buen ambiente de trabajo. Esta es la clave para que los empleados no sólo rindan más sino también para que se impliquen más con sus tareas, para que contribuyan al crecimiento de dichas entidades. El resultado de todo ello será una absoluta satisfacción para los trabajadores y una mejora de los beneficios de los negocios.

Davis y Newstrom (2010 p. 79) afirman que “desde el punto de vista de un trabajador, un buen ambiente de trabajo es el conjunto de condiciones que contribuyen a su satisfacción con su empleo. Para una empresa, es el conjunto de condiciones que hacen que los trabajadores sean más productivos”. Por tal motivo, el éxito de una estrategia de gerencia de recursos humanos consiste en encontrar las prácticas que mejoran la productividad de los trabajadores y a la vez hacen que ellos se sientan a gusto con su trabajo.

Al respecto, Dessler (2012) afirma que los individuos al nacer son colocados en un ambiente, en un entorno, que estará compuesto por diversas características y que, además, influirán en el desarrollo de uno como persona. Cuestiones económicas, sociales, políticas, culturales, entre otras, son algunas de esas condiciones que singularizan un ambiente en particular.

4.2. Relación trabajo-familia

En lo que respecta a la relación trabajo-familia, Thompson et al. (2010) señalan que la cultura trabajo-familia ha sido definida como las concepciones compartidas, creencias y valores respecto al grado en que la organización apoya y valora la

integración del trabajo y la vida familiar. En general, la cultura trabajo-familia es descrita como una filosofía o la estructura de creencias que es sensible a las necesidades familiares y que está a favor de que el trabajador pueda armonizar su trabajo con su vida familiar.

Cabe destacar que lo referido anteriormente comprueba que en culturas organizacionales de este tipo, donde existe la oportunidad de organizar las horas laborales para atender los requerimientos familiares, donde no se perciben consecuencias negativas para la carrera al utilizar políticas de equilibrio familia-trabajo y donde existe un apoyo directivo para manejar los conflictos, se incrementa la oportunidad de los trabajadores de utilizar estos beneficios.

Por otro lado, López y Acereda (2011) refiere que aquellas organizaciones en las que no se fomentan tales políticas presentan niveles de bienestar decrecientes en su personal y mayor resistencia para utilizar estos beneficios que fomentan el equilibrio trabajo-familia. Este mismo autor sugiere tres aspectos de la cultura que son importantes en el uso de programas familia-trabajo: a) respaldo de los supervisores a las actividades familiares de los empleados; b) tiempo (referido a flexibilidad, donde los empleados toman decisiones acerca de su estructura de trabajo) y c) flexibilidad operacional (autonomía).

4.3. Beneficios del salario emocional

Para Gay-Puyal (2014) los beneficios del salario emocional se refieren a alinear los objetivos de los trabajadores con los de la empresa. Se trata de un propósito que se escucha con cierta frecuencia al preguntar por la mejor forma de gestionar las personas de una organización. Sin duda, el hecho de que un equipo tenga claro y persiga los mismos objetivos incrementa las posibilidades de éxito. Sin embargo, el mayor problema se radica en que, por lo general, el fin último y principal de una empresa capitalista es ganar dinero.

En el mismo contexto, Gómez (2011) señala que es cierto que en eso hay un punto en común, ya que recibir una retribución es una parte de los objetivos que un trabajador persigue en una empresa. La diferencia se encuentra en que las personas son mucho más complejas y sus necesidades también lo son. Por ello, alcanzado un nivel mínimo de poder adquisitivo que permita vivir dignamente, se cubren otras necesidades. El salario emocional permite ofrecer otro tipo de retribución no monetaria que complementa al sueldo tradicional, adaptándose a esas necesidades mencionadas.

En cuanto a dichos beneficios, se desarrollan a continuación el compromiso laboral y la planificación en el trabajo como esenciales para satisfacer al trabajador.

4.4. Compromiso laboral

Para Dessler (2012) el compromiso laboral es una decisión personal de cada empleado. Va más allá de cumplir la obligación con el trabajo, de modo que se puede ser un buen empleado sin estar muy comprometido. El compromiso nace del interior y aporta un extra que conduce a la excelencia, pues implica poner en juego todas las capacidades y hacer más de lo esperado. De allí que un empleado comprometido proyecta sus energías para conseguir su propósito, aquello que tiene significado para él. Las personas comprometidas son generosas, ayudan a los demás y contribuyen a crear un clima positivo, además promueven el compromiso de otros.

El compromiso se produce cuando en una persona surge una relación de afecto, un vínculo emocional que le lleva a darse, a identificarse con una persona, con una idea, con una organización. Según Meyer y Allen (2010 p. 49), “el concepto de compromiso laboral se identifica en las empresas como el vínculo de lealtad por el cual el trabajador desea permanecer en la organización debido a su motivación implícita”. El compromiso de los empleados incide tanto en la voluntad de permanencia como en el esfuerzo que él está dispuesto a hacer para aumentar su nivel de contribución en la organización.

Al respecto Ivancevich (2012) señala que el compromiso del empleado no se limita a la satisfacción individual con el trabajo, tiene un vínculo con el desempeño organizativo, constituyendo su característica diferencial. La voluntad de permanencia de un empleado en la empresa y el esfuerzo discrecional que está dispuesto a hacer, depende de la percepción que tiene acerca de lo que recibe en su trabajo. En tal sentido, gestionar el compromiso significa implantar acciones y herramientas útiles con la intención de conseguir una fuerza laboral con un alto grado de rendimiento y de compromiso con el proyecto de empresa.

4.5. Planificación en el trabajo

Para Ivancevich (2012) una de las cuestiones más complicadas del trabajo de cualquier autónomo es la gestión del tiempo. Si bien la productividad se puede entrenar, la correcta planificación del trabajo y el tiempo que se dedica a cada una de las tareas inherentes al mismo son aspectos clave para evitar imprevistos y así poder cumplir puntualmente con la entrega de los trabajos.

Al respecto Dessler (2012) señala que un plan de trabajo es una herramienta que permite ordenar y sistematizar información relevante para realizar un trabajo. Esta especie de guía propone una forma de interrelacionar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos disponibles. Como instrumento de planificación, el plan de trabajo establece un cronograma, designa a los responsables y marca metas y objetivos.

En el mismo contexto, Villegas (2010) afirma que un plan de trabajo está relacionado con las acciones que aparecen incluidas dentro del plan de trabajo las cuales pueden ser seguidas, controladas y evaluadas por el responsable. De esta manera, cuando la organización está lejos de cumplir con sus objetivos, es posible dictaminar un cambio en la conducta y rectificar las acciones. El plan de trabajo suele ser válido para un determinado periodo de tiempo por lo que las acciones que

propone deben desarrollarse en un cierto plazo y los objetivos tienen que ser cumplidos antes de una fecha límite.

5. METODOLOGÍA

Para la investigación es de gran valor establecer un método que ayude el desarrollo organizado del trabajo. En este sentido, Tamayo y Tamayo (2010) refieren que es de suma importancia en la investigación, pues el planteamiento de una metodología apropiada garantiza que las relaciones que se establecen y los resultados o nuevos conocimientos conseguidos tengan el máximo grado de fidelidad y confianza.

Asimismo, se trata de una forma sistemática que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales se orienta el interés de la investigación. Igualmente, Pérez (2012) sostiene que el método está formado por una serie de elementos y fases ordenadas que deben seguirse en el marco de un contexto significativo de los hechos estudiados.

La presente investigación está enmarcada en un enfoque positivista con un paradigma científico cuantitativo. Ortiz y García (2009) refieren que el paradigma positivista, denominado también paradigma cuantitativo o empírico-analítico, se basa en la teoría positivista del conocimiento. Se caracteriza por su naturaleza cuantitativa y el realismo ontológico que permite descubrir cómo funciona la naturaleza y predecir fenómenos naturales. De acuerdo con esta postura, la realidad está fuera de las cosas, es decir, está determinada, es observable, medible y cuantificable.

La investigación es de tipo descriptivo dado que los resultados buscan describir situaciones y eventos, es decir, cómo es y se manifiesta el fenómeno estudiado. Para Hernández et al. (2010), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de persona, grupo, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

El estudio pertenece a un diseño no experimental, transeccional y de campo. Sabino (2011) define el diseño no experimental como el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea, guía al investigador en lo que debe hacer para alcanzar los objetivos de estudio y responder las interrogantes de conocimiento que se ha planteado.

Por su parte, Méndez (2010) señala que los diseños de investigación transeccionales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Chávez (2010) considera una investigación como un estudio de campo, cuando la recolección de datos primarios se realiza directamente en el lugar seleccionando como objeto de estudio, mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos tales como la encuesta y la observación directa, a fin de obtener información sobre la problemática existente.

El universo poblacional estuvo conformado por los 86 empleados de las tres empresas mineras que tienen sede en el departamento de la Guajira Colombiana y que se constituyeron en informantes clave de la investigación. La Tabla 1 muestra la distribución del universo poblacional.

Cuadro 1
Distribución de la población

EMPRESAS MINERAS	EMPLEADOS
Mecánicos Asociados S.A.S	26
Komatsu S.A.S	31
CHM Minería	29
TOTAL	86

Fuente: Elaboración propia.

Arias (2010) considera que las técnicas e instrumentos de recolección de datos, son el conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación, existiendo para ello diferentes

técnicas para recoger información con las cuales se busca el registro sistemático de las conductas manifestadas por diferentes individuos dentro de su entorno.

Al respecto, Betancourt (2014) señala que el cuestionario es un instrumento de investigación que forma parte de la técnica de la encuesta. En el caso de la presente investigación, se diseñó un cuestionario contentivo de 12 ítems con el propósito de identificar los satisfactores del salario emocional en empresas del sector minero de Colombia. El mismo comprende una escala de Likert con cinco alternativas de respuestas, Siempre, Casi Siempre, Algunas Veces, Casi Nunca y Nunca, con valores que oscilan entre 5 y 1 correspondientemente.

Cuadro 2

Ponderación y Categoría

PONDERACIÓN	CATEGORÍA
5	Siempre (S)
4	Casi Siempre (CS)
3	Algunas Veces (AV)
2	Casi Nunca (CN)
1	Nunca (N)

Fuente: Elaboración propia.

El instrumento utilizado en esta investigación fue sometido a un proceso de validación del contenido, a través de la técnica del juicio de 10 expertos.

Para la confiabilidad del instrumento se seleccionó el método Alfa de Cronbach, debido que éste es aplicado en evaluaciones con varias alternativas de respuesta. Una manera práctica de interpretar la magnitud de un coeficiente de confiabilidad puede ser guiada por los criterios para la confiabilidad presentados en el cuadro siguiente.

Cuadro 3

Criterios para la Confiabilidad del Instrumento

RANGO	CONFIABILIDAD
$0,81 \leq x \leq 1,00$	Muy alta
$0,61 \leq x \leq 0,80$	Alta
$0,41 \leq x < 0,60$	Media
$0,21 \leq x < 0,40$	Baja
$0,00 \leq x < 0,20$	Muy Baja

Fuente: Palella y Martín (2006)

Se obtuvo una confiabilidad de 0.93 que, de acuerdo con los criterios para la confiabilidad del instrumento ya descritos, corresponde una confiabilidad muy alta.

El tratamiento estadístico ejecutado fue de tipo descriptivo, por lo que se trabajó agrupando el cálculo de las frecuencias absolutas (Fa), relativas (Fr) y los promedios $\bar{x}$ de las respuestas arrojadas por la población, las cuáles fueron representadas según el siguiente baremo.

Cuadro 4

Baremo General

Rango	Alternativa de Respuesta	Puntos Ponderados	Categoría
5	Siempre	4,21 - 5,00	Muy Presente
4	Casi Siempre	3,41 - 4,20	Presente
3	Algunas Veces	2,61 - 3,40	Medianamente Presente
2	Casi Nunca	1,81 - 2,60	Poco Presente
1	Nunca	1,00 - 1,80	Ausente

Fuente: Elaboración propia.

6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En esta sección se presenta la discusión de los datos obtenidos frente a cada uno de los elementos planteados en la investigación:

Cuadro 5
Satisfactores del Salario Emocional
Lo que Valoran los Empleados y Beneficios del Salario Emocional

		Alternativas de Respuesta ▶▶▶		Siempre		Casi Siempre		Algunas Veces		Casi Nunca		Nunca		Población	Promedio Indicador	Categoría
		Baremo ▶▶		Muy Presente		Presente		Medianamente Presente		Poco Presente		Ausente				
		Rango ▶▶▶		4,21 5,00		3,41 4,20		2,61 3,40		1,81 2,60		1,00 1,80				
Sub Dimensión	Indicador	Items	5		4		3		2		1					
			Fa.	%	Fa	%	Fa.	%	Fa.	%	Fa.	%				
Lo que Valoran los Empleados	Ambiente del Espacio de Trabajo	22 - 24	13	15,12	16	18,60	5	5,81	28	32,56	24	27,91	86	2,60	Poco Presente	
	Relación Trabajo-Familia	25 - 27	15	17,44	10	11,63	13	15,12	23	26,74	25	29,07	86	2,62	Medianamente Presente	
Beneficios del Salario Emocional	Compromiso Laboral	28 - 30	13	15,12	14	16,28	11	12,79	28	32,56	20	23,26	86	2,67	Medianamente Presente	
	Planificación del Trabajo	31 - 33	7	8,14	12	13,95	24	27,91	20	23,26	23	26,74	86	2,53	Poco Presente	
TOTAL		13 - 24	48	13,95	52	15,12	53	15,41	99	28,78	92	26,74				
Promedio de la Dimensión			2,61													
Categoría de la Dimensión			Poco Presente													

Fuete: elaboración propia.

En cuanto a la información expresada en la Tabla 2, que detalla los Satisfactores del Salario Emocional, el indicador Ambiente del Espacio de Trabajo arrojó un 32,56% en la escala de respuesta Poco Presente; un 27,91% para la escala Ausente; 18,60% para Presente; 15,12% para Muy Presente y 5,81% para la escala de respuesta Medianamente Presente.

Con respecto al indicador Relación Trabajo-Familia, la opción Poco Presente obtuvo un 32,56%. Seguidamente, las respuestas de los encuestados se ubicaron en las siguientes escalas: Ausente con el 27,91%, Presente con el 18,60%, Muy Presente con el 15,12% y Medianamente Presente con el 5,81%.

Las respuestas de los encuestados para el indicador Compromiso Laboral mostraron que la opción Poco Presente se ubicó en un 32,56%, mientras que para el resto de las opciones se obtuvo lo siguiente: Ausente con el 23,26%, Presente con el 16,28%, Muy Presente con el 15,12% y Medianamente Presente con el 12,79%.

Finalmente, el indicador Planificación del Trabajo revela que la opción Medianamente Presente obtuvo el mayor número de respuestas con un 27,91%. La

opción Ausente alcanzó el 26,74%, Poco Presente el 23,26%, Presente el 13,95% y Muy Presente el 8,14%.

Los resultados arrojan una media de 2,61, indicando que la dimensión Satisfactores del Salario Emocional se ubica en la categoría Poco Presente según el baremo descrito con anterioridad.

Estos resultados contradicen lo señalado por Gómez (2011) quien manifiesta que los satisfactores, que se traducen en formas de ser, tener, hacer y estar, de carácter individual y colectivo, conducen a la actualización de necesidades. En el caso de los empleados de las empresas mineras encuestados, esto no ocurre.

Por lo anterior y teniendo en cuenta las conceptualizaciones teóricas ya analizadas, se hace imprescindible la incorporación de mecanismos y estrategias que puedan proporcionar beneficios contundentes a los empleados con el fin de que lleguen a identificarse plenamente con la empresa al ser capaces de valorar el impacto que tales beneficios pueden tener en su bienestar y en el de todo su núcleo familiar. En este sentido, si los trabajadores son debidamente motivados e incentivados como se lo merecen, tratarán cada vez más de rendir y mejorar en sus puestos de trabajo, cumpliendo así con las tareas inherentes a su cargo y contribuyendo significativamente a alcanzar las metas generales que la empresa se ha trazado.

7. CONCLUSIONES

Al culminar este trabajo de investigación destinado a identificar los satisfactores del salario emocional en empresas del sector minero de Colombia, se concluye que estos satisfactores se encuentran poco presentes. Se pudo demostrar que casi nunca la empresa vela por mantener ambientes de trabajos ergonómicos, que los empleados casi nunca se sienten satisfechos con las condiciones de trabajo que ofrecen las empresas, puesto que el ambiente de trabajo poco facilita el trabajo productivo. Asimismo, el trabajo que desempeñan los empleados no les permite vincularse con la

familia, puesto que la empresa, algunas veces no promueve valores para fortalecer la relación empresa-familia.

Por otra parte, los beneficios que ofrece la empresa no comprometen al empleado a serle leal, por no facilitarle condiciones laborales adecuadas al promover pocas actividades que benefician emocionalmente al trabajador y por las escasas oportunidades para involucrarse en planes y programas de capacitación. Por lo tanto, los planes de trabajo poco benefician las relaciones de sus trabajadores en la empresa.

Es recomendable que la empresa comprenda la necesidad de ofrecer excelentes condiciones de trabajo para que el ambiente laboral facilite el trabajo productivo y permita a los empleados vincularse con la familia durante las jornadas laborales. También es importante la promoción de valores para fortalecer la relación empresa-familia, la entrega de beneficios, la inclusión de todo el personal en los planes de trabajo, el desarrollo de actividades que beneficien emocionalmente al trabajador, de manera que los empleados sienta la necesidad de ser leales a la empresa.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad, C. (2010). *Gestión del Talento Humano*. Editorial Episteme. Orial Ediciones. España.

Arias, F. (2010). *El proyecto de investigación. Guías para su elaboración*. Editorial Episteme. Orial Ediciones. Venezuela.

Betancourt, B. (2014). *Herramientas metodológicas*. Editorial Limusa. Colombia.

Chávez, T (2010). *Introducción a la Investigación*. Editorial Limusa. Venezuela.

Davis, K. y Newstrom, J. (2010). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. Mc Graw Hill. México.

- Dessler, G. (2012). *Administración de Recursos Humanos. Un enfoque latinoamericano*. Pearson Education. México.
- Gay-Puyal, F. (2014). El Salario Emocional, clave para reducir el estrés. *Revista Gestión práctica de riesgos laborales*. N° 63. España. (Pp. 33-44).
- Gómez, C. (2011). *El Salario Emocional*. Editorial Norma. España.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana Editores, SA de CV. México.
- Ivancevich, J. (2012). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw Hill. México.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4): 692-724.
- Kolb, D. A., Osland, J. S., Rubin, I. M., y Turner, M. E. (2007). *Organizational Behavior: An Experiential Approach*. Prentice Hall. USA.
- López, A. y Acereda A. (2011). *Entre la familia y el trabajo. Realidades y Soluciones*. Ed. Océano. España
- Méndez, C. (2010). *Metodología: Guía para la elaboración de diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. Mc Graw Hill. Colombia.
- Meyer, G. y Allen, M. (2010). *Compromiso Organizacional*. Editorial Prentice Hall Hispanoamerica. México.
- Organización Internacional del Trabajo (2014). *Panorama laboral del trabajo*. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_195884.pdf Consulta: 05/06/2016.

- Ortiz, F. y García, M. (2009). Metodología de la Investigación. El Proceso y sus Técnicas. Editorial Limusa. México.
- Palella, S. y Martins, F. (2006). Metodología de la investigación cuantitativa. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Venezuela.
- Pérez, J. (2012). Introducción a la Metodología Experimental. UNAM, Centro de Instrumentos. Prentice Hall. México.
- Sabino, C. (2011). El Proceso de Investigación. Editorial Panapo. Venezuela.
- Tamayo y Tamayo, M. (2010). El Proceso de la Investigación Científica. Fundamento en la Investigación. Manual de Evaluación de Proyectos. Editorial Limusa. México.
- Thompson, C., Beauvais, L. y Lyness, K. (2010). La Cultura Trabajo-Familia. Valores Compartidos. Editorial Norma, S.A. Colombia.
- Villegas, J. M. (2010). Administración de Recursos Humanos. Editorial Norma, S.A. Colombia.