

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**COMPROMISO ORGANIZACIONAL BASADO EN EL
MODELO DE MEYER Y ALLEN EN LOS COLABORADORES
DE UN BANCO CHICLAYANO, 2018.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

GUERRERO MALDONADO, PEDRO ANTONIO

Chiclayo, 18 de enero del 2019

**COMPROMISO ORGANIZACIONAL BASADO EN EL
MODELO DE MEYER Y ALLEN EN LOS COLABORADORES
DE UN BANCO CHICLAYANO, 2018.**

PRESENTADA POR:

GUERRERO MALDONADO PEDRO ANTONIO

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
Para optar el título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Mgtr. Ruiz Chacón Stephanie Virginia
PRESIDENTE

Mgtr. Arbulú Ballesteros Marco Agustín
SECRETARIO

Mgtr. Girón Córdova Rafael Camilo
ASESOR

Dedicatoria

Este proyecto de tesis está dirigido a Dios y a mis padres. A Dios porque me ha permitido llegar hasta este momento y concretar una vez una etapa de mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me enseñaron a no rendirme y a valorar lo que hoy tengo y soy; por cuidar de mi familia y mi persona, a mis padres, quienes con su amor me educaron en base a valores de responsabilidad, amor y justicia; por ellos que depositaron su entera confianza en cada desafío y me aconsejaron sin límites. Y finalmente también a mis profesores, por su tiempo, por su apoyo así como por los conocimientos que nos transmitieron en el desarrollo de nuestra formación profesional.

Agradecimientos

Aprovecho esta oportunidad, para agradecerle a Dios por bendecir a mi familia y a mí, gozar de salud, trabajo y unión familiar; por guiarme hacia el camino del bien y por ser mi fortaleza en momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales maestros de vida, por confiar y creer en mis capacidades y habilidades, por los consejos y por todo el amor que he necesitado para convertirme en el mejor hijo, hermano y amigo; también agradecer a mi hermana y aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.; porque con su apoyo se ha logrado obtener un trabajo de calidad.

Y cómo no agradecer mi casa de estudios, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por la formación cognoscitiva y ética de cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Profesional de Administración de Empresas. De manera especial agradezco a mis Asesores, el Mgtr. Arbulú Ballesteros, Marco Agustín y el Dr. Girón Córdova, Camilo, que por su visión crítica, conocimientos, experiencia y su motivación se ha podido concluir con éxito el proyecto.

Resumen y palabras clave

El inicio de muchos cambios organizacionales, tras la fusión repentina de dos entidades financieras, provocó la desmotivación en el trabajo y confusión de identidad por parte de los colaboradores de un Banco Chiclayano, afectando negativamente el rendimiento de su talento humano y directamente en su compromiso para con la empresa. Es así que se plantea como propósito central en esta investigación, desarrollar una propuesta de mejora del compromiso organizacional en un Banco Chiclayano–2018.

Asimismo, la presente investigación se basó en un estudio con un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y; diseño transversal y observacional. Para determinar el nivel de compromiso de los colaboradores del banco en estudio, se aplicó encuestas basadas en la Escala de Likert y entrevistas cuyos resultados están en torno a las tres dimensiones del Modelo de Allen y Meyer (De continuidad, Afectivo y Normativo) sobre una muestra de 35 colaboradores de un banco chiclayano, abarcando un periodo de análisis desde agosto a noviembre del 2018; de tal manera que se analice el nivel de estado de esta variable en relación a la población estudiada; la cual será validado vía el criterio de expertos.

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Microsoft Office (Excel) y para efectos de validez del instrumento se utilizó el estadístico SMART SPSS. Posteriormente, se contrastará la hipótesis a través de técnicas descriptivas; a fin de conocer en qué nivel se encuentra el Compromiso Organizacional de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.

Palabras claves: Compromiso Organizacional

Clasificación JEL: M12, M14.

Abstract and keywords

The beginning of many organizational changes, after the sudden merger of two financial entities, caused demotivation in the work and confusion of identity on the part of the taxpayers of a Chiclayano bank, which negatively affected the performance of their human and social talent. directly in its commitment to the company. That is why it is proposed as a central purpose in this research, to develop a proposal to improve organizational commitment in a Chiclayano-2018 bank.

Likewise, the present investigation was based on a study with a quantitative approach of description scope and; Cross-sectional and observational design. To determine the level of commitment of the collaborators of the bank under study, the surveys were based on the Likert Scale and the interviews whose results are based on the three dimensions of the Allen and Meyer Model (Continuous, Affective and Normative).) in a sample of 35 employees of a bank in Chiclayano, covering a period of analysis from August to November 2018; in such a way that the level of state of this variable is analyzed in relation to the population studied; Which will be validated by expert criteria.

The Microsoft Office program (Excel) was used for data processing and, for the purposes of the validity of the instrument, the SMART SPSS statistic was used. Later, the hypothesis will be contrasted through the technique descriptives ; to know at what level is the Chiclayano Bank Organizational Commitment, 2018 employees.

Keywords: Organizational Commitment.

JEL Clasifications: M12, M14

Índice

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen	
Abstract	
I. Introducción.....	10
II. Marco teórico.....	13
2.1 Antecedentes del problema.....	13
2.2 Bases teóricas científicas	16
III. Metodología.....	31
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	31
3.2. Diseño de investigación.....	31
3.3. Población, muestra y muestreo	31
3.4. Criterios de selección.....	32
3.5. Operacionalización de variables	33
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.7. Procedimientos	36
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	37
3.9. Matriz de consistencia	38
3.10. Consideraciones éticas	40
IV. Resultados y discusión	41
4.1. Resultados de Estadísticas Descriptivas:.....	41
4.2. Discusión	59
V. Conclusiones	60
VI. Recomendaciones	61
VII. Lista de referencias	62
VIII. Anexos.....	65
8.1. Anexo 01: Cuestionario	65
8.2. Anexo 2: Consentimiento informado	66

Índice de Tablas

Tabla 1 Marco conceptual de compromiso (otros autores)	18
Tabla 2 Componentes del compromiso	20
Tabla 3 Dimensiones del Compromiso Organizacional.....	24
Tabla 4 Variables causantes del Compromiso Organizacional.....	25
Tabla 5 Modelos de Compromiso Organizacional	28
Tabla 6 Composición de la Muestra	32
Tabla 7 Operacionalización de variables	33
Tabla 8 Ficha técnica del cuestionario	35
Tabla 9 Valor Alfa Cronbach-De Vellis	36
Tabla 10 P.P Alfa de Cronbach -Compromiso Organizacional.....	36
Tabla 11 matriz de consistencia	38
Tabla 12.....	41
Tabla 13 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Sexo.....	46
Tabla 14 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Edad	50
Tabla 15 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Tiempo de permanencia.....	54
Tabla 16 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Estado Civil.....	58

Índice de Figuras

Figura 1	Análisis de las dimensiones - Compromiso Organizacional	42
Figura 2	Evaluación de la dimensión Afectiva por Sexo	43
Figura 3	Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Sexo.	44
Figura 4	Evaluación de la Dimensión Normativa por Sexo.	45
Figura 5	Evaluación de la Dimensión Afectiva por Edades.	47
Figura 6	Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Edad.	48
Figura 7	Evaluación de la Dimensión Normativa por Edad	49
Figura 8	Evaluación de la Dimensión Afectiva por Tiempo de permanencia en la organización.....	51
Figura 9	Evaluación de la Dimensión de Continuidad por tiempo de permanencia. ...	52
Figura 10	Evaluación de la Dimensión Normativa por tiempo de permanencia.	53
Figura 11	Evaluación de la Dimensión Afectiva por Estado Civil.....	55
Figura 12	Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Estado Civil.	56
Figura 13	Evaluación de la Dimensión Normativa por Estado Civil	57

I. Introducción

El actual entorno organizacional presenta inestabilidad laboral, debido a los altos niveles de desmotivación en el trabajo y que constituyen un desafío constante para las organizaciones. La realidad cotidiana del trabajador peruano en este contexto genera sensaciones de inseguridades frente a su permanencia en el empleo a futuro y a su propia supervivencia; al mismo tiempo que se les exigen altos niveles de compromiso para con la empresa. Para lograr tal reto los directivos deberán realizar acciones que les permitan forjar una identidad, generando en los trabajadores el sentimiento de pertenencia; siendo, el compromiso en el trabajo un factor clave tanto para el trabajador como para la empresa, porque cuando existe, se registran altos niveles de desempeño y productividad y bajos índices de ausentismo.

De esta manera, las empresas obtendrán un colaborador altamente satisfecho e integrado en su centro de trabajo y con la labor que realiza; para ello, es indispensable que todo se desarrolle en un ambiente agradable con un entorno laboral estable para que esto sea percibido positivamente por el trabajador. Si todas las empresas fijaran la suficiente atención en su talento humano ofreciéndoles un empleo de calidad donde el compromiso organizacional sea voluntario y los beneficios sean compartidos; se evitarían muchísimos problemas en los departamentos y áreas de toda institución, de ahí surgen muchos de los problemas que actualmente adolecen las organizaciones.

En tal sentido, es de suma importancia que las empresas peruanas conozcan el nivel de compromiso de sus empleados, para que los mismos trabajen amablemente en función con los objetivos de la empresa y al mismo tiempo logren satisfacer sus propios deseos e intereses.

En virtud a lo expuesto anteriormente, se presenta el caso de un banco chiclayano cuyo problema radica en la desmotivación en el trabajo por parte de sus colaboradores, debido a los cambios organizacionales drásticos que sufrió la entidad al ser adquirida por Edyficar en el año 2014. Tales efectos alteraron negativamente el rendimiento de su talento humano, los mismos que afectó directamente su compromiso para con la empresa.

Además, tras la fusión entre ambas financieras el área de Recursos Humanos registró que la gran mayoría del personal abandonó sus puestos debido a que no se adaptaban al nuevo sistema ni a las nuevas políticas establecidas, notándose la inesperada fuga de talentos. Esta situación generó en ellos incertidumbres y confusiones sobre su identidad con la organización después de

tantos años de trabajo. Sin duda alguna, la falta de comunicación efectiva sobre la crisis que atravesaba la empresa, no favoreció en la identificación de los colaboradores para el nuevo concepto de la entidad, que en parte disminuyó su compromiso.

Es por eso, que se formuló como pregunta de investigación ¿En qué nivel se encuentra el compromiso organizacional de los colaboradores de un Banco Chiclayano, basado en el Modelo de Meyer y Allen – Chiclayo, 2018?; siendo el propósito central de esta investigación, determinar el nivel de compromiso organizacional en un Banco Chiclayano–2018. Y los objetivos específicos planteados son: determinar el compromiso de continuidad de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018; determinar el compromiso afectivo que tienen los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018 y determinar el compromiso normativo que presentan los trabajadores de un Banco Chiclayano, 2018.

Con lo que se refiere a la estructura del presente estudio. En el capítulo I, se desarrolla la definición del problema, la formulación del problema, la determinación del objetivo general y objetivos específicos y la justificación del problema.

En el capítulo II, se relata los antecedentes de estudios, el sustento teórico del estudio, con las definiciones, descripción del modelo sobre el cual se basa la investigación, teorías sobre el constructo, y la definición de hipótesis.

En el capítulo III, se detalla la metodología de investigación conformada por el tipo y nivel de investigación, diseño de investigación, el número de sujetos encuestados (población), los criterios que se tomaron en cuenta para elegir dicha población, operacionalización de variables, técnica e instrumento empleados, descripción de cómo se llevó a cabo la investigación (procedimientos), el plan de procesamiento y análisis de datos, matriz de consistencia y consideraciones éticas.

En el capítulo IV, se presentan, analizan y discuten los resultados obtenidos, a partir de la información obtenida de los encuestados.

En el capítulo V y VI, se define las conclusiones y recomendaciones respectivamente, las cuales cada una de ellas responden a los objetivos planteados.

En el capítulo VII Y VIII, se presenta la lista de referencias y anexos respectivamente.

En definitiva, se detalla el fin del desarrollo del presente estudio que básicamente es contribuir en las mejoras del compromiso organizacional de las empresas, sin tomar en cuenta el giro de negocio de las mismas, considerando que a través de la planificación de actividades se propicien la participación activa en la organización y se fortalezca su identidad para con la misma; rescatando los múltiples beneficios que se lograrían con dichas acciones no solo para la empresa sino también para sus clientes internos.

II. Marco teórico

2.1 Antecedentes del problema

Según Torres y Torres (2014), manifiestan que si los colaboradores desarrollan niveles elevados de compromiso se transformarían en una fuente de innovación, asumirán la iniciativa, tendrán espíritu emprendedor, actuarán proactivamente para optimar la organización y asumirán responsabilidades, convirtiéndose de esa forma en una eficaz ventaja competitiva. En su investigación determinaron la relación que existe entre el marketing interno y el compromiso organizacional en los colaboradores de una empresa pública de Lima. Se emplearon dos escalas; la escala del Marketing Interno de Bohnenberger y la Escala de Compromiso Organizacional elaborada por Meyer y Allen. Se determinó que existe relación entre el marketing interno y el compromiso organizacional las variables. Además, es fundamental conformar un plan de marketing dirigido a los colaboradores de la empresa y dar tanta atención como al plan dirigido al cliente externo, considerando que, si no se alcanzara que el personal haga suyos los intereses de la entidad, la labor externa no será lo suficientemente efectiva y no obtendrá los resultados deseados.

Los investigadores señalan que el compromiso organizacional es un mecanismo que tienen las instituciones para examinar la lealtad y el vínculo de los colaboradores con su empresa. En este aspecto, razonan que las organizaciones deberían reclamar en proporcionarles a sus colaboradores las óptimas condiciones laborales, de esta forma se podrá aumentar sus niveles de compromiso, obligatorios para el buen funcionamiento de una empresa. Si los colaboradores están comprometidos, obtendrán identificar sus competencias, medir sus resultados y satisfacer siempre las necesidades del cliente externo hasta obtener la fidelidad de los usuarios o consumidores.

Asimismo, Zegarra (2014) en su investigación tuvo como propósito establecer la relación entre el marketing Interno y el Compromiso Organizacional en el personal de salud del Hospital de San Juan de Lurigancho. Se emplearon dos escalas la escala de Bohnenberger y para la segunda variable, la escala de Meyer y Allen; donde se determinó que existe una relación significativa y positiva entre marketing interno y compromiso organizacional; además, señaló que es importante enfatizar entre estas dos variables para mejorar la calidad de servicio que ofrece.

Para obtener una atención oportuna, con calidad, candidez, respeto por las costumbres y cultura del cliente; es esencial trabajar en el marketing interno y el compromiso organizacional. Además, lograr que los colaboradores se sientan cómodos, motivados y satisfechos en su trabajo porque ellos son el enlace final con los clientes finales y permiten asegurar la entrega de los servicios de calidad de tal manera que cubra las necesidades y expectativas del mercado. También, resalta que una forma de motivar al equipo de trabajo es reconociendo sus sacrificios y mejoren las condiciones de trabajo, para lograr la eficacia de ellos y actúan con eficiencia en la empresa.

Por otro lado, Rosales y Maguiña (2015) determinó la incidencia del Marketing Interno en el Compromiso Organizacional de los trabajadores del Banco de la Nación, confirmando que ambos constructos se relacionan entre sí y están en la misma dirección. Se emplearon dos escalas; la escala de Marketing Interno, de Bohnenberger y la Escala de Compromiso Organizacional de Allen y Meyer. Los autores señalan que es necesario añadir un sistema de marketing interno y emplear herramientas adecuadas para obtener una influencia positiva en el compromiso organizacional de los colaboradores.

Los autores señalan que es importante diseñar y efectuar un plan de marketing interno compuesta por una comunicación interna fluida, la adecuación al trabajo, el desarrollo de los colaboradores y el reconocimiento justo; para producir; un alto nivel de identificación de los colaboradores (factor esencial para aumentar los niveles de efectividad del plan). Asimismo, deben desarrollar un marketing interno adecuado, donde se instituya una comunicación interna eficaz desde la alta dirección hasta los colaboradores, originando un mayor conocimiento de los productos y servicios que se brindará, entendimiento de la misión y visión de la empresa, de los valores, objetivos y resultados obtenidos, permitiéndole al trabajador sentir que sus necesidades son satisfechas plenamente debido a la disposición que pone la organización para lograr los objetivos.

Montoya (2014), halló que el estado civil de los participantes muestra una significativa diferencia de compromiso en los solteros de los casados, debida principalmente a aspectos económicos y de compromiso mayor en el hogar.

También, Alarcon y Denisse (2015) consideran que el Compromiso Organizacional es la disposición plena de los colaboradores frente a sus obligaciones que mientras más involucrados estén los mismos, más satisfechos y entusiasmados estarán por el trabajo. El propósito de su investigación fue determinar la relación entre la Satisfacción Laboral y el Compromiso

Organizacional en los colaboradores de una empresa Retail. Para lograrlo, se emplearon la Escala de Satisfacción Laboral (de Materan) y la Escala de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen.

El hallazgo principal fue que existe una relación positiva y altamente significativa entre las variables, significa que si obtiene la Satisfacción Laboral en un empleado aumenta también el Compromiso Organizacional, y viceversa.

Los autores mencionan la relevancia en las organizaciones de realizar programas de intervención para el desarrollo de acciones efectivas como la seguridad, un espacio adecuado, un sueldo justo, capacitaciones para un mayor desarrollo profesional, reconocimiento personal (viajes, felicitaciones por algún logro alcanzado), etc., siendo estas las que producirán en los colaboradores; mejorar los aspectos débiles de su Satisfacción Laboral y la falta de Compromiso Organizacional; considerando que de esta manera se puede impulsar una mayor identificación de los mismos con los objetivos y valores organizacionales, y a la vez originan que aumente su productividad y por ende las utilidades de las empresas.

De otro modo, Chino (2016) señala que uno de los objetivos propósitos del Compromiso Organizacional es que el colaborador se sienta acoplado con la organización para que de esta forma su desempeño laboral sea el óptimo y se pueda alcanzar con éxito las metas propuestas. En su investigación determinó el nivel de relación del Endomarketing en el Compromiso Organizacional de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú. Para ello, se trabajó con dos escalas; la escala del Endomarketing (por Levionnois) y la Escala de Compromiso Organizacional de Davis y Newstrom.

No existe relación entre el endomarketing y compromiso organizacional. Este hallazgo puede atribuirse a los diferentes atributos del trabajo que realizan los colaboradores en dicha agencia y cómo esta se refleja en su compromiso organizacional con la institución bancaria.

Lo más conveniente para las organizaciones es la proyección y realización de campañas de Endomarketing dirigida para todos los niveles organizacionales, a través de entrenamientos de habilidades comunicativas para lograr colaboradores capaces de escuchar, relacionarse y trabajar en equipo. Mediante estos esfuerzos de Endomarketing se perfeccionará la relación con los clientes internos y a la vez favorecerá a la desaparición de la resistencia al cambio por parte de los mismos.

Seminario (2017), señala que si no existe el compromiso de los colaboradores, por más que la persona posea los conocimientos y competencias específicas del puesto, la persona no va a ser altamente efectiva y no va a generar valor a la empresa, considerando que solo se limitará a “cumplir” con lo requerido y como consecuencia brindan una baja calidad de servicio a sus clientes. En su trabajo determinó la relación entre la Satisfacción Laboral y el Compromiso Organizacional en colaboradores de una empresa Retail de Lima. Para ello, se trabajó con la Escala de Satisfacción Laboral de Materan y la Escala de Compromiso Organizacional de Allen y Meyer, descubriendo que ambos constructos se complementan entre sí, a medida que mejora el clima organizacional de la institución, mejora correlativamente el compromiso de los trabajadores con la institución.

En este contexto, es esencial que las empresas Retail, en primer lugar, entiendan que la falta de compromiso en los vendedores es un problema ascendente con un alto costo personal, social y económico muy relevante; porque tiene relación esencial con otras variables como la satisfacción, clima laboral, productividad y la rotación de personal. El compromiso permite que los colaboradores se encuentren ordenados para invertir esfuerzos adicionales en su trabajo, de lo contrario; se mostrará en niveles bajos de responsabilidad, energía y ausentismo.

2.2 Bases teóricas científicas

COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Sin duda, la integración de los individuos a la organización es relevante pues de ella depende que los intereses, objetivos y necesidades de cada uno, lleguen a un nivel armónico que permita que la relación colaborador-empresa perdure en el tiempo. Al formar dichos lazos resulta, como fruto de ello, un compromiso organizacional debido a su impacto directo en las actitudes y conductas de los colaboradores para lograr las metas organizacionales con eficiencia.

Según Mowday (1999), el compromiso organizacional es una fuerza de identificación que proviene de la participación activa de un individuo en una empresa. Su potencia origina que las personas comprometidas terminen por creer y aceptar las metas y valores de la organización; como también, contar con su disposición de trabajo para lograrlo, y su sentido de pertenencia con la institución. Con el mismo sentido, Navarro (2012) fundamenta este concepto como “el grado de involucramiento e identificación del colaborador con la empresa ; es decir, es la

disposición del individuo para permanecer en la organización a futuro”. En consecuencia, es normal que refleje su creencia en la misión y en los objetivos de la institución; en sus capacidades y su intención de continuar en la misma. Ese nivel de involucramiento en el trabajo es definido como "el grado en que los empleados se sumergen en sus labores, invierten tiempo y energía en ellas y conciben el trabajo como parte central de sus existencias", (Davis y Newstrom, 1999)

Por otro lado, Meyer y Allen (1991) entienden por compromiso organizacional como el “estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización”. La presencia de dicho vínculo interviene en la toma de decisión, de continuar o dejar la empresa.

Quizás ocurra esto porque se trataría entonces de un conjunto de actitudes que una persona tiene relacionadas con su trabajo; en otras palabras, de “un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular y con sus metas; y desea mantenerse en ella como uno de sus miembros” (Robbins, 1999).

En esa misma línea Jiménez (2007), indica que el compromiso de los trabajadores refleja la implicación intelectual y emocional de estos con la empresa y con ello su contribución al éxito de la misma. Por lo tanto, a la empresa le conviene que el trabajador esté comprometido y este ser retribuido por ello; debido a que el éxito de la institución depende del alineamiento estratégico de audiencias críticas, donde debemos incluir a los clientes, accionistas, proveedores y, por supuesto, a los trabajadores. En éste escenario, el compromiso de los colaboradores es la llave maestra para la puesta en escena de la estrategia empresarial.

Chiavenato (2004) la define como “aquella voluntad que tiene el empleado para dirigir sus esfuerzos hacia los objetivos de la organización donde pertenece”. De forma similar, Insel y Moos (1974) lo consideran como la medida en que los empleados se interesan en su trabajo y se comprometen con ello; y del que se depende, para impedir que realice trabajos a medias o termine por abandonar el trabajo. Asimismo, dentro del marco conceptual del compromiso existen otras aportaciones que amplían el sentido del término, como:

Tabla 1 Marco conceptual de compromiso (otros autores)

AUTOR	DEFINICIÓN
Becker (1960)	El compromiso surge cuando una persona, por la realización de inversiones para el mantenimiento de ciertos intereses, permanece con una consistente línea de actuación
Porter & Smith, (1970) y Argyris (1975)	Es la integración (o no) entre individuos y organización, que depende de la capacidad de negociar objetivos e intereses.
Sheldon (1971)	Una actitud u orientación hacia la organización que vincula o anexiona la identidad de la persona a la organización
Etzioni (1975)	Orientación positiva de sus miembros para generar situaciones colectivas favorables. Enfatiza la dimensión del apoyo social
Wiener (1982)	La totalidad de presión normativa para actuar en un sentido que se corresponde con las metas y objetivos de la organización
Mathieu y Zajac (1990)	Atadura o enlace de un individuo hacia la organización
Morris y Sherman (1981)	Actitud en forma de vínculo existente entre una organización y un individuo
Menezes y Bastos (2014)	Enfoque psicosocial del compromiso organizacional, basado en las teorías del intercambio social.

Fuente: *Ayensa y Menorca (2010)*

En definitiva, los autores determinan que el compromiso es la vinculación e identificación del colaborador con la empresa, el cual conlleva al individuo comportarse con una actitud óptima frente a las metas y valores de una organización; con el fin de obtener un beneficio en conjunto.

Teorías aplicadas al Compromiso Organizacional

Teoría de Mowday, Porter y Steers

Para Mowday, Porter y Steers (1982), el Compromiso Organizacional es la fuerza relativa de identificación del individuo con una determinada organización. Esta identidad suscitaría consecuentes comportamientos favorables. Frente a ello, los teóricos toman un modelo cuyos enfoques fueron clasificados según la orientación particular de sus propuestas. Entre ellos tenemos:

Enfoque afectivo-actitudinal: Esta perspectiva indica que, en el ambiente organizacional, el individuo es influenciado por diversos factores, como el salario, la supervisión, la responsabilidad, el tiempo de trabajo, las relaciones sociales, entre otros; los cuales ocasionan una identificación emocional del individuo con las metas organizacionales y, por ende, apropiación de esos valores, asumiéndolos como propios. El compromiso organizacional, en este enfoque, representa un vínculo mucho más fuerte con la organización considerando que la dimensión afectiva es alimentada y consolidada por medio de los sentimientos de los funcionarios.

Enfoque Instrumental: Este enfoque asume que el colaborador opta por permanecer vinculado a la organización siempre y cuando perciba beneficios mayores en esta decisión. El compromiso, en esta perspectiva, representa ser un mecanismo psicosocial, cuyas recompensas o costos imponen límites en las acciones futuras de los colaboradores.

Enfoque Sociológico: Esta perspectiva asume que el vínculo entre el colaborador y la organización se basa en los procesos tanto de dominación de los empleadores como de sometimiento de los trabajadores. Esto quiere decir, que los empleados llevan al ambiente laboral un conjunto de códigos que especifican maneras “correctas” de dominación y, por tanto se podría afirmar, que estos procesos serían aceptados por todo el equipo de trabajo. En este contexto, el compromiso es una manera de consentimiento de los trabajadores con respecto al logro de metas y objetivos.

Enfoque Comportamental: Este enfoque considera el compromiso como un vínculo que se manifiesta a través de actos o comportamientos consistentes del individuo con la organización. esta forma, las personas se comprometen en función de las implicaciones de sus propias acciones. El compromiso abarca un sentido que trasciende los límites de las expectativas individuales. Por lo tanto, esta perspectiva asume que luego de seis meses de permanencia en la organización, los colaboradores que se sentían libres para decidir, con autonomía y sin restricciones, se mostraron más comprometidos.

Teoría de Meyer y Allen

Por su parte, Meyer y Allen (1991) definieron el compromiso como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, la cual influye en la decisión para continuar en la organización o dejarla. Frente a ello, los autores, crearon un modelo tridimensional de 3 dimensiones o componentes del compromiso: afectivo, de continuidad y normativo; los cuales se pueden asumir de diferentes maneras, de acuerdo con las entidades relacionadas, bien sea el grupo de trabajo, el supervisor, la carrera o el sindicato.

Tabla 2 Componentes del compromiso

Compromiso Afectivo	Compromiso de Continuidad	Compromiso Normativo
<ul style="list-style-type: none">• Familia• Emociones• Significancia• Pertinencia• Lealtad• Orgullo• Felicidad• Solidaridad• Satisfacción	<ul style="list-style-type: none">• Indiferencia• Conveniencia• Consecuencia• Costo-económico• Necesidad Económica• Comodidad• Beneficios	<ul style="list-style-type: none">• Obligación moral• Lo correcto• Lealtad• Sentimiento de culpabilidad• Deber• Reciprocidad

Fuente: Elaboración Propia.

Componente afectivo, que comprende el deseo de permanecer en la organización.

Componente continuo, relacionado a los costes de salida de la organización.

Componente normativo, relacionado al sentimiento de obligación de permanecer en la organización.

En definitiva, los teóricos consideran que el compromiso refleja el deseo, la necesidad o el deber del colaborador para permanecer en la organización; en tal sentido un individuo puede relacionarse afectivamente a su organización al mismo tiempo que puede mantener, o no, en términos de vínculos costo-beneficio, y sentir, o no, la obligación de ser leal a su organización.

Dimensiones del Compromiso Organizacional

Compromiso Afectivo

Para Meyer y Allen (1991) el compromiso afectivo es la unión afectiva del colaborador para identificarse e involucrarse con la organización, porque él así lo desea. Precisamente, esta

dimensión refleja el deseo personal de permanecer en la organización y se caracteriza por la unión emocional que los individuos sienten hacia la empresa; concretada por su identificación, implicación y lealtad con esta. Lo que se busca es satisfacer las necesidades psicológicas y expectativas del colaborador, con el fin de que disfrute y se sienta orgulloso de pertenecer a la organización.

Según Mowday (1982), este componente afectivo está relacionada con tres factores: la alta aceptación y creencia en valores y metas de la empresa, la complacencia y espontaneidad por ejercer esfuerzos considerables a favor de la organización y el fuerte deseo de mantenerse como miembro de la institución. Asimismo, Álvarez (2008) considera que es esta dimensión la que hace que el trabajador quiera estar en la organización y tienda a empatizar con los problemas que surgen en la misma buscando posibles soluciones. Dicho lo anterior, se éste es el tipo de compromiso que necesitan las empresas de sus trabajadores y por tanto es el compromiso que tiene que lograr generar.

Por otro lado, González y Guillén (2008) aseguran que las personas que sienten ese deber, podría originarse en ellos:

Aceptación al cambio: Betanzos, Andrade y Paz (2006), hace referencia a la actitud positiva del colaborador hacia los cambios organizacionales que surgen de manera inesperada; tales como trabajar en otro horario, cambiar de área, entre otros; porque es allí donde probablemente el individuo se comporte de manera persistente, apoyando y facilitando la iniciativa de cambio que se están aplicando.

Satisfacción Laboral: Tormo y Osca, (2011) aluden al estado emocional positivo que refleja el grado en el que al colaborador le gusta su empleo. Asimismo, para poseer este placer se deberá tener en cuenta las siguientes características: De las Personas (saber sus necesidades, logros, edad, escolaridad, interés en la vida) y; las del trabajo (identidad con la tarea, interacción con otros, discreción, retroinformación); para que con ello se logre los resultados esperados.

Iniciativa: Álvarez (2008) se refiere a la voluntad del colaborador para cumplir con sus deberes a fin de obtener un mejor nivel de desempeño dentro de la organización.

Espíritu Cooperativo: Según Arias (2001) se refiere a las expectativas futuras que tiene el colaborador y al apoyo que se da entre los compañeros, que es importante en el compromiso y el buen clima organizacional.

Compromiso de Continuidad

Para Becker (1960), el compromiso de continuidad es la disposición o necesidad del colaborador de permanecer en la empresa por razón de las pérdidas o costos potenciales asociados al despido o al retiro voluntario. Dichos costos pueden ser financieros, aquellos relacionados con el salario, las prestaciones sociales, las bonificaciones, los bonos de antigüedad), o también pueden ser no financieros, los cuales están relacionados con aspectos como el status, las incomodidades surgidas por el cambio de empleo, la pérdida de relaciones y la antigüedad laboral.

De este modo se pone en evidencia que el vínculo que hay entre el trabajador y la organización deja de ser emocional y pasa a ser un vínculo de carácter material, en el que el nivel de compromiso es bajo y está basado en el coste que le supone al trabajador el abandono. Es decir, el trabajador sentirá un apego a la institución porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo y dejarla implicaría perderlo todo; así como también percibe que sus oportunidades fuera de la empresa se ven reducidas. Por lo tanto, las personas con alto compromiso de continuidad permanecerán en la organización porque lo necesitan y no porque voluntariamente deseen hacerlo, esto repercutirá de manera diferente en la conducta del colaborador y en su desempeño.

Desempeño: Lograr que las personas alcancen ascensos o un aumento de su salario hace que el esfuerzo acreciente, desarrollando un buen desempeño y por ende el compromiso aumente (Arias, 2001).

Necesidades: Son aquellas que varían de acuerdo al estado civil, área de la empresa, nivel de estudio, etc.; de los trabajadores de una empresa (Loli, 2005).

Rotación: Se refiere a la capacidad voluntaria o involuntaria de las empresas para analizar si es necesario el reclutamiento, selección y capacitación de colaboradores o para ver si existe un compromiso en ellos. (Tormo & Osca, 2011).

Intención de abandono: Tormo y Osca (2011) apuntan al deseo de permanecer o de abandonar en la empresa, es decir mantener los lazos con la organización, si el trabajador estará buscando un nuevo trabajo, presentaría una relación negativa para el compromiso.

Compromiso Normativo

Según Bentanzos, Andrade y Paz (2006), el compromiso normativo lo definen como el deber del colaborador de participar y pertenecer por razones de reciprocidad, lealtad o de gratitud con la empresa, en un sentido de obligación moral de continuar en la organización donde trabaja. De acuerdo con ello, Rivera (2010) asegura que se trataría de una responsabilidad moral y voluntaria que las personas realizan según sus creencias y sentimientos para con la empresa a modo de reciprocidad por lo adquirido de ella. El no respetar ello genera culpa en el trabajador.

Asimismo, Meyer y Allen (1991) consideran que este tipo de compromiso de reciprocidad desarrolla en los colaboradores un fuerte sentimiento de permanecer en la institución, como efecto de experimentar una sensación de deuda hacia la organización por haberle dado una oportunidad o recompensa que fue valorada por el individuo. Además, para los autores el compromiso de reciprocidad que asume el empleado por haber sido objeto de consideraciones y tratamiento especial por parte de la empresa, puede incrementarse con la capacitación, becas y el disfrute de favores especiales, así como mediante la comunicación de expectativas organizacionales que generan sentimientos de obligación.

Al respecto, Meyer y Allen (1991) señalan que el compromiso normativo dura hasta que la deuda es saldada y por lo tanto es sujeto a racionalización por parte del individuo. Algunos autores proponen que el compromiso normativo se divide en subdimensiones, tales como:

Contribución a los objetivos: Se refiere al aporte de los colaboradores para el logro de objetivos de crecimiento y estabilidad de la empresa; por tanto ellos estarían dispuestos a alcanzar sus propósitos a cambio de obtener un ascenso. (Tormo & Osca 2011).

Implicación con la Misión: Los colaboradores se encuentran fuertemente comprometidos; es decir se identifican con los valores y misión de la organización; por lo que están dispuestos a trabajar por el alcance de las metas. (Betanzos, Andrade, & Paz, 2006).

Ayuda al desarrollo de otras personas: Para Betanzos, Andrade, & Paz (2006), los colaboradores con alto compromiso normativo se enfocarán en cumplir con los objetivos y valores de la empresa, teniendo muy en cuenta la responsabilidad de ayudar a sus compañeros de trabajo cuando estos lo necesiten.

Tabla 3 Dimensiones del Compromiso Organizacional

Tipo De Compromiso	Características	El Individuo	Tipo De Contrato Psicológico	Valores	Resultados
De Continuidad	Se siente obligado por ejemplo por el sueldo que percibe.	"tiene" que estar en la organización Juicios más racionales (coste personal de abandono)	Transaccional (coste de oportunidad ligado pertenencia)	Mero sometimiento a los valores de la empresa (incluso puede ser pero se "aceptan" a cambio del salario)	Desempeño al mínimo Absentismo (físico o psicológico) Rotación o de intención de abandono)
Afectivo	Aparecen sentimientos de pertenencia, afecto y alegría	"quiere " estar en la organización. Enfoque más emocional	Relacional (vínculo emocional)	Identificación y congruencia entre valores de la persona y organización	Aceptación del cambio Satisfacción laboral Iniciativa Espíritu Corporativo Deseo de permanencia
Normativa	Lealtad, sentirse de fondo obligado	El individuo está "DETERMINADO" a contribuir a los fines de la organización. La firme determinación de ser leal,	Relacional (fidelización) (Vínculo racional)	Se produce el compromiso moral mediante la identificación con los fines y objetivos de la organización (se interiorizan los valores y misión)	Contribución a los objetivos Implicación con la misión Ayuda al desarrollo de otras personas (más allá de la mera cooperación) Prescriptor de la

		deberá ser moral es de ayuda)		de la organización)	empresa (deseo de que otros vengan a la empresa)
--	--	-------------------------------	--	---------------------	--

Fuente: González y Guillén (2008).

Determinantes del Compromiso Organizacional

Para Rivera (2011) existen variables que condicionan el nivel de compromiso de los individuos hacia la organización y que se encuentran clasificados en tres grupos fundamentales: el primero de ellos está relacionado a las características personales demográficas personales del individuo, en el segundo se incluyen las características del puesto y condiciones laborales y, por último, lo referido a las experiencias y apreciaciones de su ámbito laboral.

Tabla 4 Variables causantes del Compromiso Organizacional

Variables relacionadas con el individuo
<ul style="list-style-type: none"> • Demográficas • Edad • Sexo • Nivel educativo • Estado civil • Antigüedad en la organización y en el puesto
Variables relacionadas con el trabajo desarrollado
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de tareas realizadas • Autonomía en el trabajo • Participación en toma de decisiones Apoyo de la organización • Ambigüedad de roles • Conflicto de roles • Justicia interaccional

- Justicia distributiva
- Justicia procesal
- Transferibilidad de habilidades
- Justicia salarial
- Alternativas percibidas
- Relaciones con el líder

Variables relacionadas con el grupo/organización

- El clima de trabajo
- Liderazgo transformador
- La cohesión dentro de trabajo
- Estructura organizativa
- Valores éticos
- El tamaño de la organización
- Sistemas de Gestión de la calidad total

Fuente: Elaboración Propia.

Variables relacionadas con el individuo

Con respecto a las características personales, Rivera (2011) afirma en su investigación que no parecen elementos que condicionen el nivel de compromiso organizativo de los individuos. Sin embargo, los determinantes de edad y antigüedad en la organización y en el puesto están vinculados positivamente con las tres dimensiones.

En cuanto a la edad, Mathieu y Zajac (1990) manifiestan que ésta se relaciona con el componente afectivo, pues los individuos consideran que al pasar los años se van reduciendo sus posibilidades de empleo y se incrementa el costo de dejar la empresa. De este modo, los colaboradores que tenga más edad tienden a vincularse más afectivamente con la organización, provocando en ellos el desarrollo de mejores niveles de compromiso.

En relación al tiempo en que los trabajadores han estado en la organización y el alcance de su identificación con el trabajo, Greenberg y Barón (1995) indican que esta variable se relaciona con el compromiso continuo, considerando que el número de años en que los

trabajadores están en el mismo puesto logran altos niveles de compromiso, a pesar de que influya negativamente en los cambios institucionales.

En el caso de la variable sexo, Mathieu y Zajac (1990) aseguran en su investigación que no existe una diferencia significativa para el compromiso organizacional tanto en hombres como en mujeres, respectivamente. Asimismo, el autor considera que el estado civil de los colaboradores influye en su grado de compromiso con la organización, pues las personas casadas se comprometen más al poseer mayores responsabilidades financieras y familiares.

Con esta información, también se considera que el nivel educativo respecto al grado de compromiso según Wallace (1997) las personas que tienen mayores niveles de educación tienden a presentar menores niveles de compromiso; pues ellos perciben mayores oportunidades de crecer profesionalmente en distintas empresas y sienten que su centro laboral no es capaz de cubrir totalmente sus expectativas.

Variables relacionadas con el trabajo desarrollado

Rivera (2011) menciona que las variables de esta categoría están relacionadas por otros factores como la satisfacción laboral, que es representado por el salario justo, donde la satisfacción sólo es alta si el salario cumple con los requerimientos del individuo. Otro factor que influye son las posibilidades de promoción que están asociadas con la línea de carrera y ascenso; siendo ambos elementos de oportuna aspiración; y, por último, la apreciación sobre las relaciones organizacionales, que reflejan la interacción entre los altos directivos y los colaboradores de la institución. Por otro lado, las experiencias positivas como el apoyo por la organización, el liderazgo transformacional, etc; refuerzan el vínculo afectivo con la organización aunque generen un sentimiento de deuda con respecto a esta. En el caso de las variables asociadas con el desarrollo de habilidades o conocimientos específicos, ambas son causantes de mayores niveles de compromiso continuo en los individuos; considerando que las inversiones realizadas en la organización limitan la posibilidad de encontrar en otra empresa los beneficios que obtienen en su actual centro laboral.

VARIABLES RELACIONADAS CON EL GRUPO/ORGANIZACIÓN

Con respecto a esta última categoría, Hellriegel y Slocum (2004) establecieron que las organizaciones que poseen un sistema de valores éticos y una cultura organizativa desarrollan vínculos afectivos más fuertes no sólo con la organización sino también con sus compañeros de trabajo; esto significa que mejoran sus niveles de compromiso afectivo y normativo. Además, los autores afirman que el compromiso se fortalece o disminuye en la medida que existan factores que estimulen o inhiban la satisfacción en el trabajo.

Modelos aplicados sobre el Compromiso Organizacional

Respecto al estudio del Compromiso Organizacional, con el tiempo aparecieron algunos autores que fueron ampliando nuevos enfoques sobre este concepto. Entre ellos, el modelo tridimensional propuesto por Meyer y Allen cuyo enfoque es el que más estudios ha originado y el más aceptado hasta el día de hoy.

Tabla 5 Modelos de Compromiso Organizacional

AUTOR	AÑO	MODELO
Angle y Perry	1981	<i>Compromiso de valor:</i> relacionado al alcance de las metas de la organización. <i>Compromiso de quedarse:</i> mantenerse como miembro de la organización.
O'Reilly y Chatman	1986	<i>Conformidad:</i> relacionado a las recompensas externas, financieras. <i>Identificación:</i> deseo de filiación a la organización. <i>Internalización:</i> coherencia entre los valores del individuo y la organización.
Penley y Gould	1988	<i>Moral:</i> identificación y aceptación de las metas de la organización. <i>Calculativo:</i> las recompensas financieras recibidas de la organización. <i>Alienativo:</i> cuando el individuo siente que tiene una deuda con la organización.
Meyer y Allen	1990 1997	<i>Afectivo:</i> identificación e involucración con la organización. <i>Continuación:</i> costes relacionados a la salida de la organización. <i>Normativo:</i> obligación en permanecer en la organización.
Meyer y Schoorman	1992	<i>Valor:</i> acepta y acredita en los valores y metas de la organización y manifiesta un esfuerzo en relación a la organización. <i>Continuación:</i> deseo de continuar siendo un miembro de la organización.

Jaros et al	1993	<p>Afectivo: un sentimiento (de lealtad, afecto, apego o placer) de relación a la organización</p> <p>Continuación: relacionado a los costes de salida de la organización.</p> <p>Moral o normativo: el compromiso con las metas, valores y misión de la organización.</p>
--------------------	-------------	---

Fuente: Gibson, Ivancevich y Donnelly (2001)

Importancia del Compromiso Organizacional

Toda organización tiene metas y objetivos por alcanzar, las cuales dependerán principalmente de sus miembros para lograrlo. Sí el colaborador se identifica con la empresa, aceptando sus valores y dando de sí un buen desempeño dentro de la ejecución de sus tareas, se produce un intercambio de esfuerzos, reflejando de esta manera el compromiso del individuo hacia la empresa.. Precisamente, la razón de esa reciprocidad son las personas que según Bayona y Goñi (2007) son la base de cualquier organización cuya eficacia se mide en la medida que la empresa logre sus objetivos planteados, sólo sí existe un nivel alto de involucramiento de los colaboradores en el trabajo.

El compromiso organizacional se ha convertido en una de las variables más estudiadas por el comportamiento en las organizaciones, a causa de los numerosos estudios que han podido demostrar que este concepto se debe en gran medida a su capacidad de predecir el desempeño, la satisfacción en el trabajo y la rotación del personal. Asimismo, de generar un estrecho vínculo entre el colaborador y empresa donde lleva al individuo a “ponerse la camiseta”; es decir, obtener no sólo su lealtad sino también su participación activa en el logro de metas de la organización. (Hellriegel & Colbs, 1999).

Por su parte Betanzos y Paz (2007) indican que este compromiso organizacional no sólo influye en las actitudes y comportamientos del trabajador; también predice con mayor certidumbre el buen desempeño, la productividad, la aceptación de la cultura, los valores y metas organizacionales; los bajos índices de ausentismo y rotación de un colaborador. (Arciniega ,2002)

Finalmente, el gran reto de las empresas radica en crear herramientas útiles para que el personal pueda llegar a comprometerse con los objetivos e involucrarse plenamente con la organización, y obtener de ellas ventajas sostenibles y duraderas en el tiempo. Sin duda, el Compromiso Organizacional puede ser uno de los mecanismos más importantes que tengan las empresas para analizar la lealtad y vinculación de los empleados con su lugar de trabajo. De este modo, si se consigue que los empleados estén muy identificados e implicados en la organización en la que trabajan, mayores serán las probabilidades de que permanezcan en la misma.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

El presente proyecto será de enfoque cuantitativo, considerando que se analizará los datos que se obtendrán a través de la técnica de la encuesta. Además, por el tipo de estudio, este reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada porque parte de una teoría existente que luego se convierte en una realidad. Y de acuerdo a la naturaleza del estudio será también de alcance/nivel descriptivo, debido a que se buscará dar a conocer con precisión el nivel y tipo de Compromiso Organizacional de los colaboradores de un banco chiclayano. Además, será de tipo aplicada

3.2. Diseño de investigación

Con respecto al diseño de investigación se empleará un estudio transversal y observacional, porque se medirá una sola vez obteniendo información que nos permitirá conocer la situación actual del Compromiso Organizacional de los colaboradores de la entidad financiera. Además, será de diseño prospectivo, debido a que para la obtención de datos se aplicará la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Se trabajará con los colaboradores de un banco Chiclayano, los mismos que están constituidos por los 35 trabajadores.

Muestra

El presente estudio no presentará muestra tanto que la población es absolutamente medible en su totalidad, el estudio será censal. Por tanto no habiendo muestra, no habrá muestreo considerando que es innecesario.

3.4. Criterios de selección

La muestra de este estudio está conformada por individuos de ambos sexos (masculino y femenino) entre el rango de edad de 25 a 55 años, que pertenecen a las áreas de negocios, de operaciones, de cobranza y de higiene. El fin de aplicar la investigación sobre ellos es únicamente por conocer su grado de compromiso que tienen para con la empresa.

Tabla 6 *Composición de la Muestra*

ÁREAS	N° DE COLABORADORES
Área de negocios	30
Área de operaciones	05

Fuente: Elaboración Propia.

3.5.Operacionalización de variables

Tabla 7 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSION	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Compromiso Organizacional (Meyer & Allen,1997)	“Estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización”, y es que depende de esta relación para tomar la decisión de continuar o dejar la organización.	Componente afectivo	Lazos emocionales que las personas forja con la organización al satisfacer sus necesidades y expectativas.	Sentimiento de permanencia a causa del ambiente de trabajo	1,2,3,4,5,6	Encuesta	Cuestionario
				Vinculación afectiva con la organización			
				Solidaridad con los problemas de la organización			
		Componente de continuidad	Conciencia de la persona respecto a la inversión en tiempo y esfuerzo que se perderían en caso de dejar la organización para encontrar otro empleo.	Deseos de permanencia a causa del tiempo, energía y trabajo invertido en la organización	7,8,9,10,11,12		
	Dificultad para conseguir un nuevo empleo						

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSION	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
				Necesidad de poseer una fuente de ingreso estable			
		Componente normativo	La creencia en la lealtad a la organización en correspondencia a ciertas prestaciones.	Sentimiento de obligación de permanencia en la organización	13,14,15,16,17,18		
	Sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan en la organización						
	Sentimiento de retribución hacia la organización a causa de beneficios recibidos						

Fuente: Allen y Meyer (1993)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El modelo conceptual que se aplicará para el constructo del Compromiso Organizacional es el propuesto por Meyer & Allen, quienes consideran 3 dimensiones que son: dimensión de continuación, dimensión afectiva, y dimensión normativa. Posteriormente, para la recolección de los datos se empleará como técnica la encuesta y el cuestionario como el instrumento que se utilizará para el recojo de los datos, el cual constará de una escala numérica de Likert, y el análisis de los datos se realizará haciendo uso de la estadística.

Tabla 8 Ficha técnica del cuestionario

Población	Colaboradores de un banco Chiclayano.
Unidad muestral	35 colaboradores de un banco Chiclayano.
Ámbito geográfico	Ciudad de Chiclayo
Método de recogida de la información	Encuesta personal
Lugar de realización de la encuesta	Establecimiento del Banco Chiclayano
Tamaño de la muestra	50 cuestionarios
Fecha de trabajo de campo	Agosto- Noviembre del 2018

Fuente: Elaboración propia

Encuesta: Compromiso Organizacional

Para fines del presente estudio se aplicó un cuestionario a 35 colaboradores de un banco chiclayano. Dicha encuesta estuvo diseñada por 18 preguntas donde los miembros de la entidad financiera demoraron un tiempo aproximado de 25 minutos. Con respecto a la variable Compromiso Organizacional la dimensión afectiva presenta confiabilidad buena debido a que el Alfa de Cronbach es 0.824, dicho resultado se obtiene con la eliminación de las preguntas 3 y 6 por cuestiones de conseguir un valor favorable. De la misma forma, ocurre en el caso de la dimensión de continuidad donde refleja confiabilidad respetable, tal como se evidencia en el Alfa de Cronbach cuyo valor es 0.715, esto se debe a la eliminación de la pregunta 12. Y en relación a la dimensión normativa presenta confiabilidad donde el Alfa de Cronbach 0.767, cuyo valor corresponde a que es muy respetable.

PREGUNTA 3: Me siento como parte de la familia en mi institución.

PREGUNTA 6: Tengo un fuerte sentimiento de permanencia en la institución.

PREGUNTA 12: Permanecer en mi institución actualmente es un asunto de necesidad o deseo.

Tabla 9 Valor Alfa Cronbach-De Vellis

Valor Alfa de Cronbach	Apreciación
[0.95 a + >	Muy elevada o Excelente
[0.90 – 0.95>	Elevada
[0.85 – 0.90>	Muy buena
[0.80 – 0.85>	Buena
[0.75 – 0.80>	Muy Respetable
[0.70 – 0.75>	Respetable
[0.65 – 0.70>	Moderada
[0.40 – 0.65>	Mínimamente Aceptable
[0.00 – 0.40>	Inaceptable

Fuente: De Vellis (1991)

Encuesta: Compromiso Organizacional

Tabla 10 P.P Alfa de Cronbach -Compromiso Organizacional

DIMENSIONES	ALFA DE CRONBACH	INTERPRETACIÓN
Afectivo	0.824	Buena
Continuidad	0.715	Respetable
Normativo	0.767	Muy respetable

Fuente: Elaboración propia.

3.7.Procedimientos

Con respecto a la recolección de datos será vía hoja impresa, siendo el tiempo de su ejecución 25 min. Para la planificación de la toma de encuestas se tomará en cuenta a los 35

colaboradores que operan en las áreas de negocios y operaciones de la entidad financiera, siendo la fecha elegida el día 22-10-2018, con la finalidad de aplicar las encuestas correspondientes, de tal manera que se facilite la recolección de datos.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para la validación del instrumento del constructo Compromiso Organizacional así como de cada una de sus respectivas dimensiones, la prueba indicada es el análisis de consistencia interna Alfa de Cronbach, en la que se espera que se supere el valor mínimo aceptado de 0.7. Y en cuanto, a la validez de contenido de los instrumentos se aplicará el juicio de expertos para determinar la validez de concordancia, evidenciar el acuerdo entre ellos; y verificar si el instrumento está apto para su aplicación y recolección de datos en una matriz.

Posteriormente, se utilizará el Software SMART SPSS para procesar los principales indicadores a través de las medidas de tendencia central (media, mediana y moda), tablas de distribución de frecuencias y gráficas descriptivas que permitan caracterizar o describir las variables de estudio, a fin de conocer el grado de compromiso en el que se encuentran los colaboradores del Banco Chiclayano, 2018.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 11 matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
¿En qué nivel de compromiso organizacional de los colaboradores de un Banco Chiclayano, basado en el Modelo de	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar el nivel de compromiso organizacional en un Banco Chiclayano– 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>O1: Determinar el compromiso de continuidad de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.</p> <p>O2:</p>	<p>ANTECEDENTES:</p> <p>Alarcon & Denisse, (2015) en su investigación, cuyo objetivo era determinar la relación entre la Satisfacción Laboral y el Compromiso Organizacional en colaboradores de una empresa Retail, se confirmó que ambas variables se complementan entre sí.</p> <p>Tarrillo (2015), en su investigación, que tuvo como finalidad generar una propuesta de mejora del nivel de satisfacción laboral de los trabajadores que laboran en el Banco de Crédito de la oficina principal en Chiclayo.</p> <p>Blas Mariano (2014) considera que uno de los retos más importantes para las organizaciones es la calidad de vida laboral que sin embargo, ha tenido una evolución a través del tiempo llamándose finalmente como "satisfacción laboral".</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>Existe Compromiso Organizacional por parte de los trabajadores de un Banco Chiclayano, 2018.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <p>H1: Existe compromiso de continuidad por parte de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.</p> <p>H2:</p>	<p>COMPROMISO ORGANIZACIONAL</p> <p>Dimensiones: Afectivo, Continuidad y Normativo</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: cuantitativo</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada</p> <p>ALCANCE: Descriptivo</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: transversal, no experimental y prospectivo.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA:</p> <p>Población Se trabajará con los 35 colaboradores de un banco Chiclayano.</p> <p>Muestra</p>

<p>Allen y Meyer – Chiclayo, 2018?</p>	<p>Calcular el compromiso afectivo que tienen los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.</p> <p>O3: Encontrar el compromiso normativo que presentan los trabajadores de un Banco Chiclayano, 2018.</p>	<p>Sánchez (2014) nos detalla en su investigación, que la crisis económica de los últimos años ha impactado especialmente en el sector financiero y se ha hecho sentir tanto en el estrés que soportan los empleados de las sucursales de bancos y cajas como en sus niveles de compromiso con la empresa.</p> <p>Rosales & Maguiña (2013), señalan que para lograr que un colaborador "tenga la camiseta puesta" de la organización, se sienta comprometido e identificado con la visión institucional y como resultado generar calidad de servicio, en un ambiente deseable de trabajo, las empresas han de recurrir a diversas alternativas, una de las más resaltantes en la actualidad, es el marketing interno.</p>	<p>Existe compromiso afectivo por parte de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.</p> <p>H3: Existe compromiso normativo por parte de los colaboradores de un Banco Chiclayano, 2018.</p>		<p>El presente estudio no presentará muestra tanto que la población es absolutamente medible en su totalidad, el estudio será censal.</p> <p>TÉCNICA E INSTRUMENTO:</p> <p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>PLAN DE PROCESAMIENTO PARA ANÁLISIS DE DATOS</p> <p>Alfa de Cronbach</p> <p>Software SPSS: Medidas de tendencia central (media, mediana y moda)</p> <p>Tablas de frecuencias</p> <p>Gráficas descriptivas</p>
--	--	---	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia.

3.10. Consideraciones éticas

Para no perjudicar a los encuestados se les pidió que desarrollaran cada una de las encuestas pero de forma anónima. Además para poder tomar las respectivas fotos se les pidió permiso a estas personas. Las fotos fueron tomadas para poder evidenciar la prueba de campo.

IV. Resultados y discusión

Para la presente investigación se aplicó una encuesta sobre los colaboradores del banco en estudio, los cuales pertenecen a ambos géneros (masculino y femenino) entre el rango de edad de 20 a 55 años, que pertenecen a las áreas de negocios y de operaciones. Asimismo, se ha identificado de las personas encuestadas que 5 de ellas son técnicos, 15 profesionales (no titulados) y 15 titulados.

4.1.Resultados de Estadísticas Descriptivas:

Tabla 12

Calificación de la percepción para las dimensiones de Compromiso Organizacional

Puntuación media	Calificación de la percepción por dimensión
De 1 a menos de 2.34	Baja
De 2.34 a 3.67	Media
Mayor a 3.67 hasta 5	Alta

Análisis del Compromiso Organizacional – Dimensiones

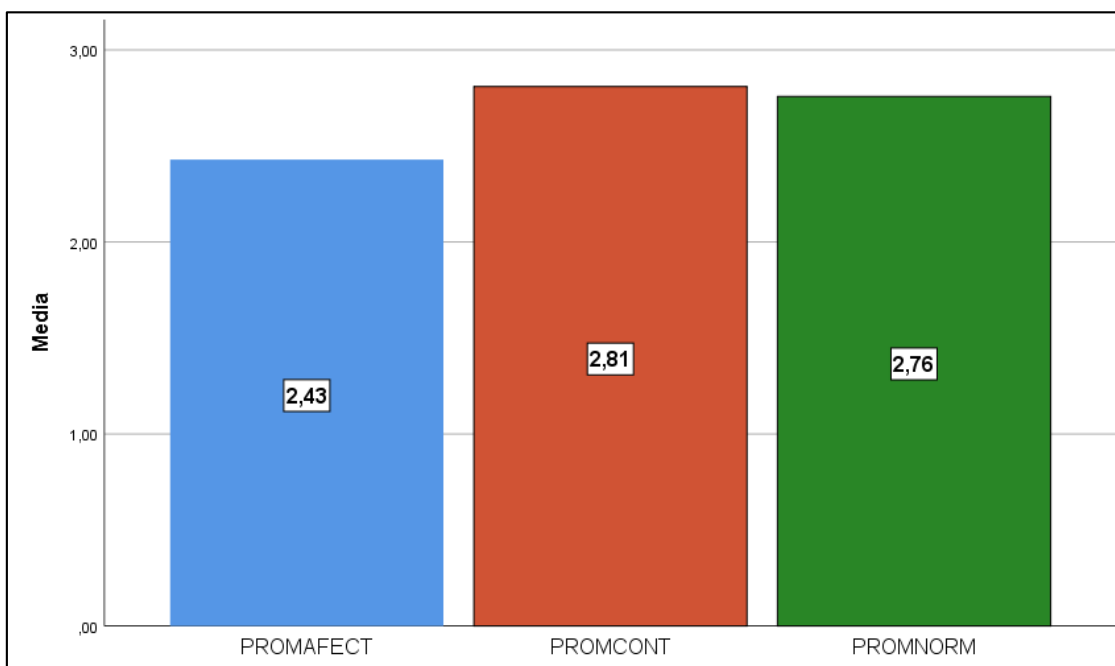


Figura 1 Análisis de las dimensiones - Compromiso Organizacional

Se observó en la figura 1, que las tres dimensiones Afectiva, de Continuidad y Normativa muestran un grado de compromiso medio, siendo ligeramente mayor la puntuación de la dimensión de Continuidad, lo que supondría que los colaboradores sienten un mayor compromiso con la institución por las pocas alternativas de trabajo que pudieran tener, más que por tener un sentimiento de afecto a la institución, sin embargo las tres dimensiones en promedio se encuentran igualmente puntuadas, en el caso del compromiso afectivo este puede deberse al hecho de la buena relación que se tiene entre los colaboradores y asimismo con sus superiores, lo que genera un sentimiento de entorno familiar.

Evaluación de Dimensiones por Variables Demográficas

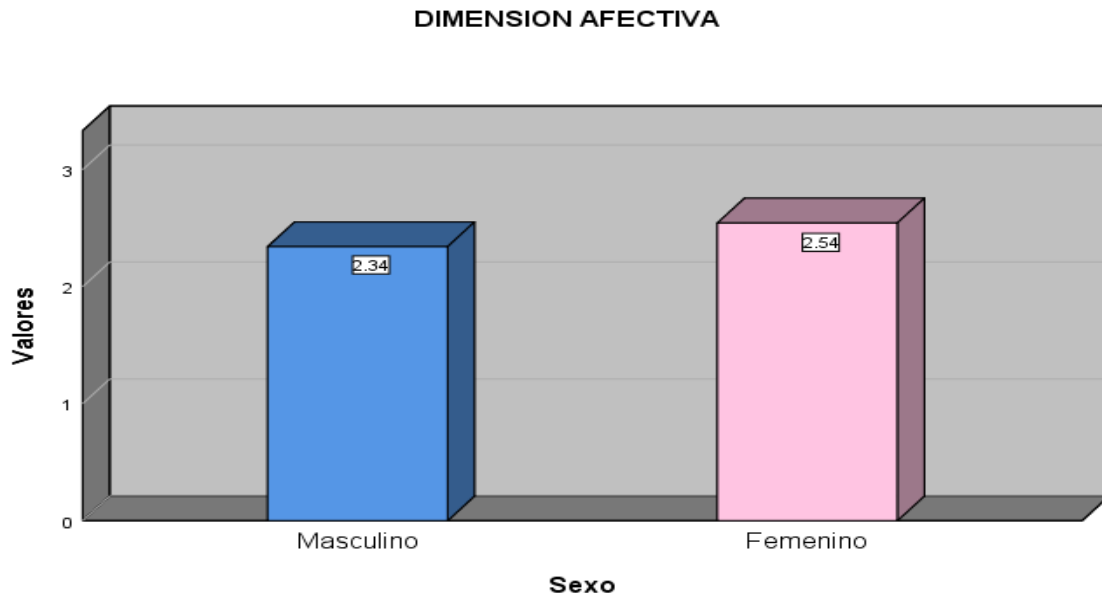


Figura 2 Evaluación de la dimensión Afectiva por Sexo

Se observó que no existían diferencias respecto a la percepción del Compromiso Afectivo en los colaboradores respecto al sexo, en ambos casos sus puntuaciones Masculino (2.34) y Femenino (2.54) ubicaron su Compromiso en el nivel medio.

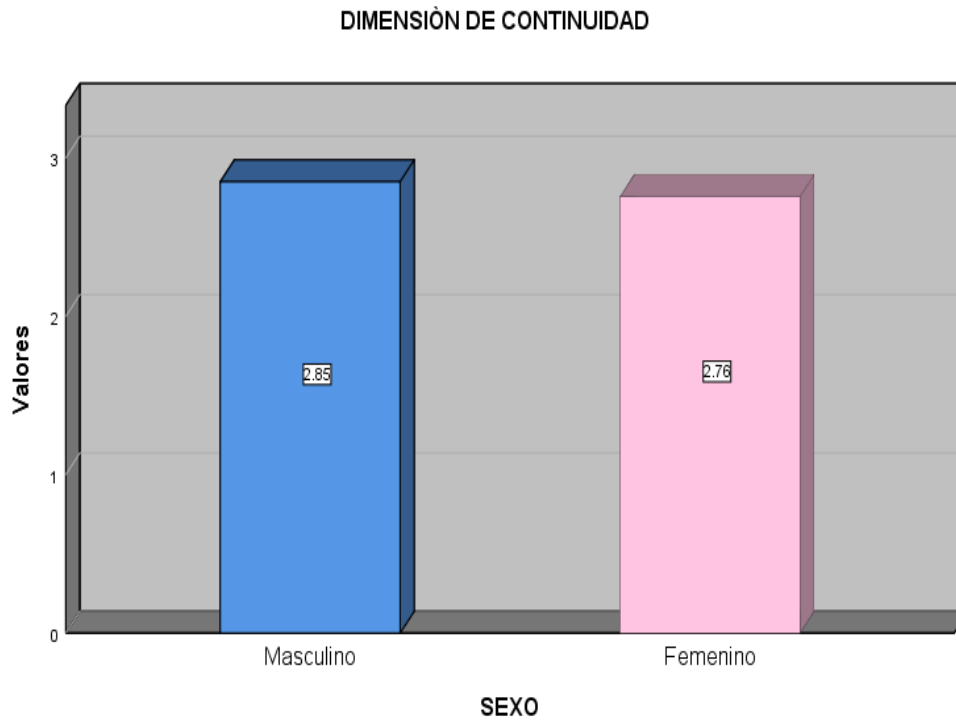


Figura 3 Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Sexo.

Se observó que no existían diferencias respecto a la percepción del Compromiso de Continuidad en los colaboradores respecto al sexo, en ambos casos sus puntuaciones Masculino (2.85) y Femenino (2.76) ubicaron su Compromiso en el nivel medio.

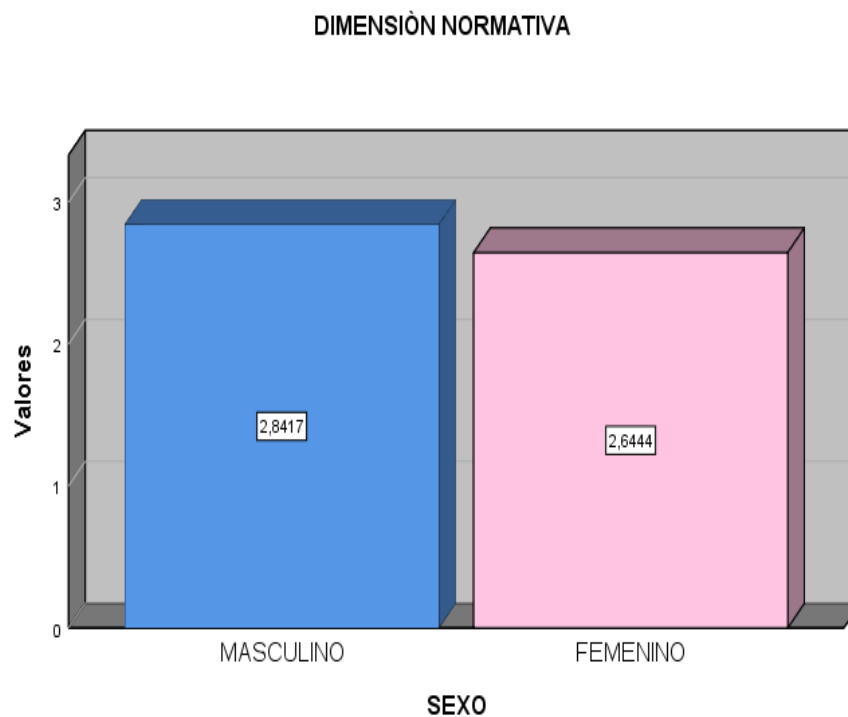


Figura 4 Evaluación de la Dimensión Normativa por Sexo.

Se observó que no existían diferencias respecto a la percepción del Compromiso Normativo en los colaboradores respecto al sexo, en ambos casos sus puntuaciones Masculino (2.84) y Femenino (2.64) ubicaron su Compromiso en el nivel medio.

Se efectuó una prueba de hipótesis para sostener la apreciación gráfica.

H₀: No existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de sexo masculino y femenino.

H₁: Existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de sexo masculino y femenino.

Tabla 13 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Sexo

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de PROMAFECT es la misma entre las categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,283 ¹	Retener la hipótesis nula.
2	La distribución de PROMCONT es la misma entre las categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,961 ¹	Retener la hipótesis nula.
3	La distribución de PROMNORM es la misma entre las categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,610 ¹	Retener la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,05.

¹Se muestra la significación exacta para esta prueba.

Al comparar el grado de Compromiso Afectivo, de Continuidad y Normativo por Sexo, se observó que no existe diferencia en el grado de Compromiso percibido en los colaboradores de ambos sexos, puesto que no se cuenta con evidencia para rechazar la H₀ que por tanto de acepta (retiene), puesto que Sig. > 0.05 en las tres pruebas efectuadas.

DIMENSION AFECTIVA

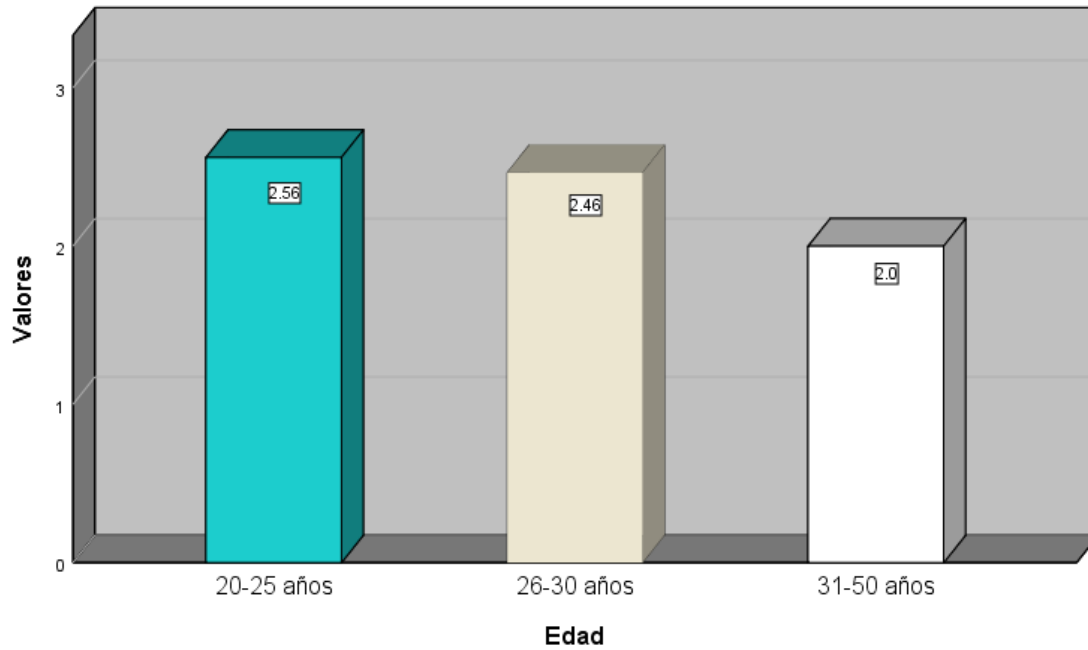


Figura 5 Evaluación de la Dimensión Afectiva por Edades.

Ante el análisis de la dimensión Afectiva por Edad, se encontró que los colaboradores de más de 31 años sienten menos compromiso Afectivo, el cual fue calificado como Bajo esto puede deberse a que los trabajadores de más edad suelen tener más tiempo en la empresa y a lo largo del tiempo no se sienten retribuidos por la misma.

DIMENSIÓN DE CONTINUIDAD

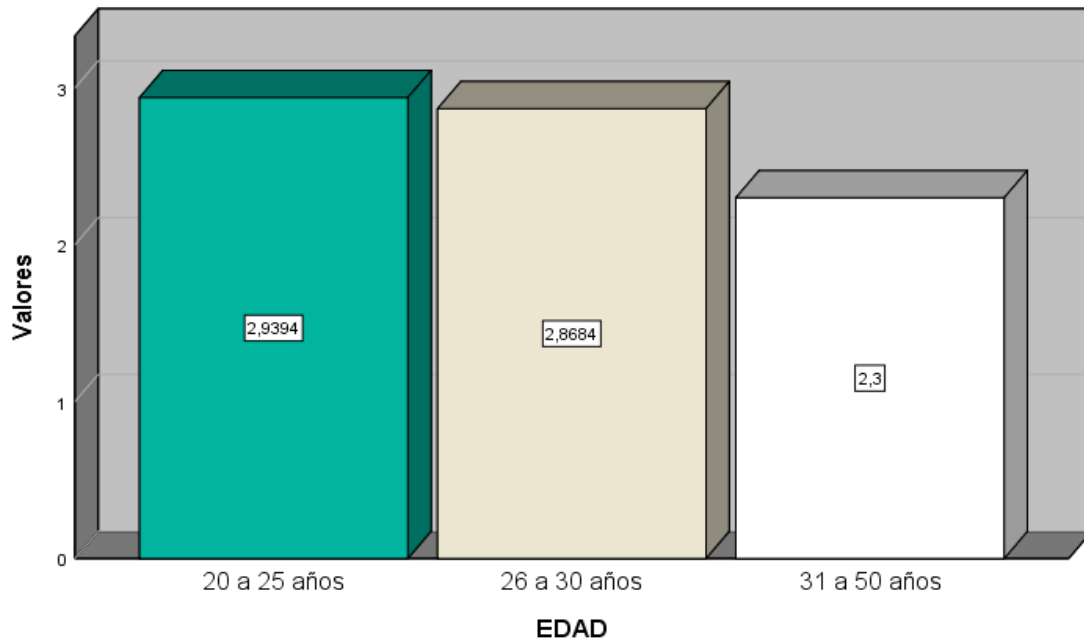


Figura 6 Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Edad.

Ante el análisis de la dimensión de Continuidad por Edad, se encontró que los colaboradores de menos de 31 años sienten un mayor compromiso de Continuidad, el cual fue calificado como Medio, esto está explicado en nuestra realidad, en la que la obtención de un empleo es sumamente difícil, y el hallarlo hace que el empleado desee mantenerlo, en cambio los empleados de mayor edad se sienten más seguros en el trabajo o en la posibilidad de que con la experiencia ganada pudieran optar por alguna alternativa.

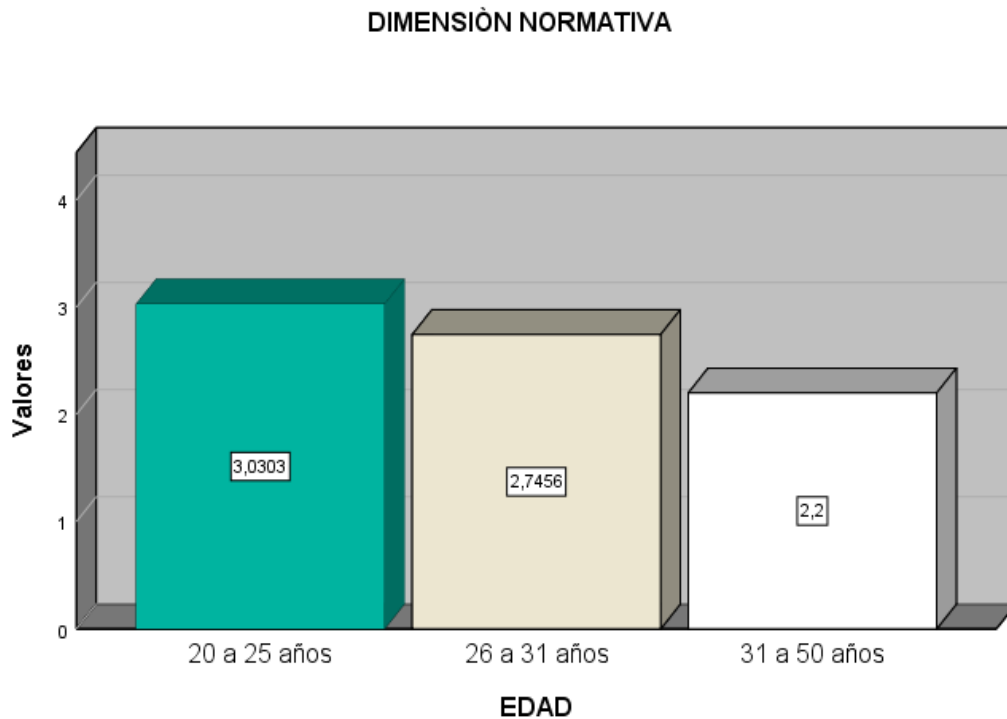


Figura 7 Evaluación de la Dimensión Normativa por Edad

Al analizar la dimensión de Normativa por Edad, se encontró que los colaboradores de menos de 31 años sienten un mayor compromiso Normativo, el cual fue calificado como Medio, esto implica que los trabajadores más jóvenes sienten un mayor sentido de la obligación o el deber con la empresa, posiblemente por la oportunidad dada por la institución de pertenecer a una empresa y de ganar experiencia para su futuro profesional.

Se efectuó una prueba de hipótesis para sostener la apreciación gráfica.

H₀: No existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de los tres segmentos de edad.

H₁: Existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de los tres segmentos de edad.

Tabla 14 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Edad

Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de PROMAFECT es la misma entre las categorías de EDAD.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,286	Retener la hipótesis nula.
2	La distribución de PROMCONT es la misma entre las categorías de EDAD.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,114	Retener la hipótesis nula.
3	La distribución de PROMNORM es la misma entre las categorías de EDAD.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,130	Retener la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,05.

Al comparar el grado de Compromiso Afectivo, de Continuidad y Normativo por Edad, se observó que a pesar de las ligeras diferencias observadas en el análisis gráfico no existe diferencia significativa en el grado de Compromiso percibido en los colaboradores de las diferentes edades, puesto que no se cuenta con evidencia para rechazar la H_0 que por tanto se acepta (retiene), puesto que $Sig. > 0.05$ en las tres pruebas efectuadas.

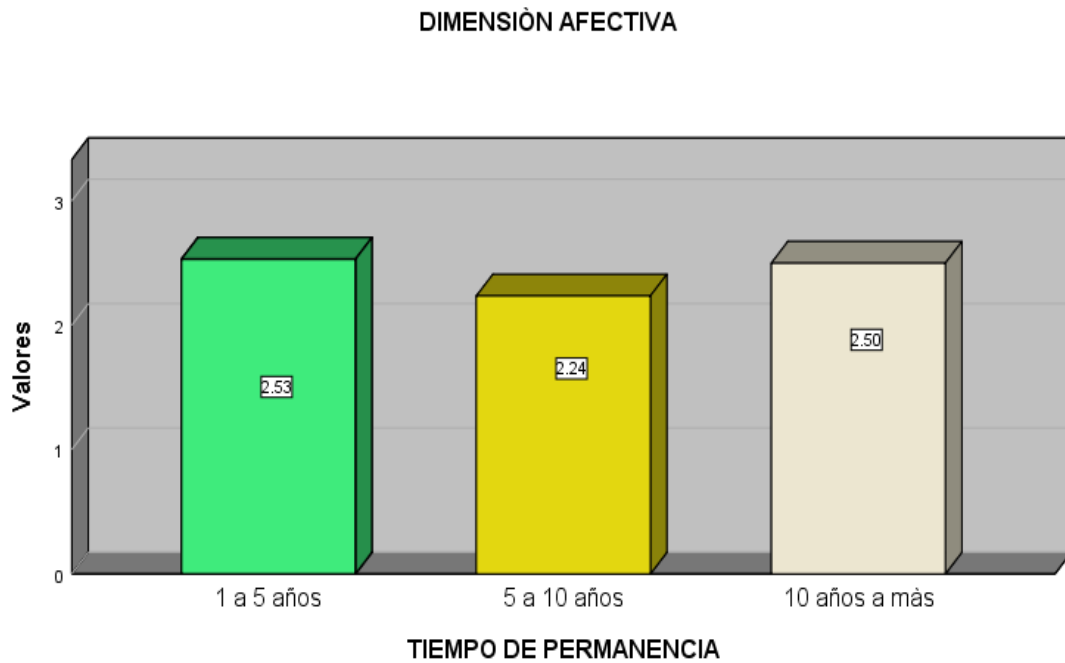


Figura 8 Evaluación de la Dimensión Afectiva por Tiempo de permanencia en la organización.

Al analizar la dimensión de Afectiva por Tiempo de Permanencia, se encontró que los colaboradores que tienen entre 5 a 10 años de tiempo en la empresa, sienten un menor compromiso afectivo, el cual fue calificado como Bajo, esto implica que los trabajadores de ese tiempo de empleo en la empresa han desarrollado un menor apego, posiblemente porque suelen utilizar la empresa como la plataforma para lograr experiencia y poder migrar a empleos que consideran más atractivos.

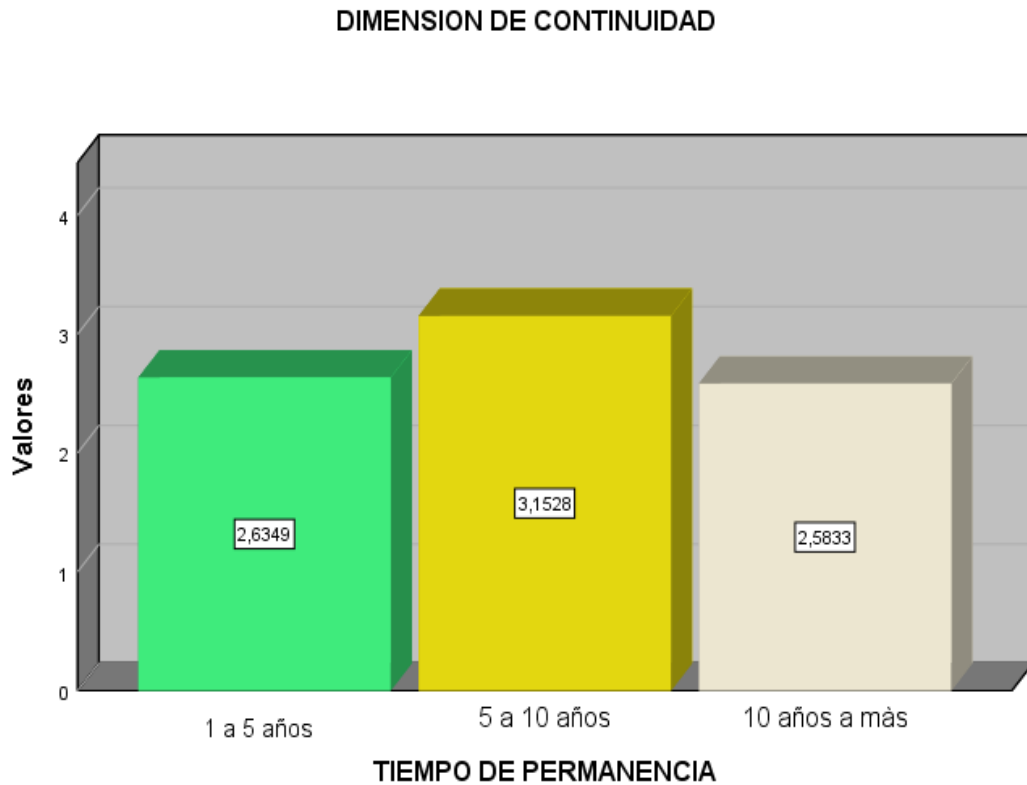


Figura 9 Evaluación de la Dimensión de Continuidad por tiempo de permanencia.

Al analizar la dimensión de Continuidad por Tiempo de Permanencia, se encontró que los colaboradores en los tres segmentos de edad tienen un grado de Compromiso de Continuidad similar, calificado como Medio, esto sugiere que los trabajadores en general consideran que no es fácil conseguir un nuevo empleo y su compromiso con la institución está debida justamente a la necesidad de contar con un empleo y a la difícil situación de nuestro país para conseguirlo y conservarlo, sin embargo hay una valoración algo mayor en los trabajadores con 5 a 10 años de permanencia en la institución, quienes pueden sentir que hay estabilidad y ello les permite aceptar compromisos económicos, financieros, etc a plazos mayores y para cumplirlos necesita de un empleo.

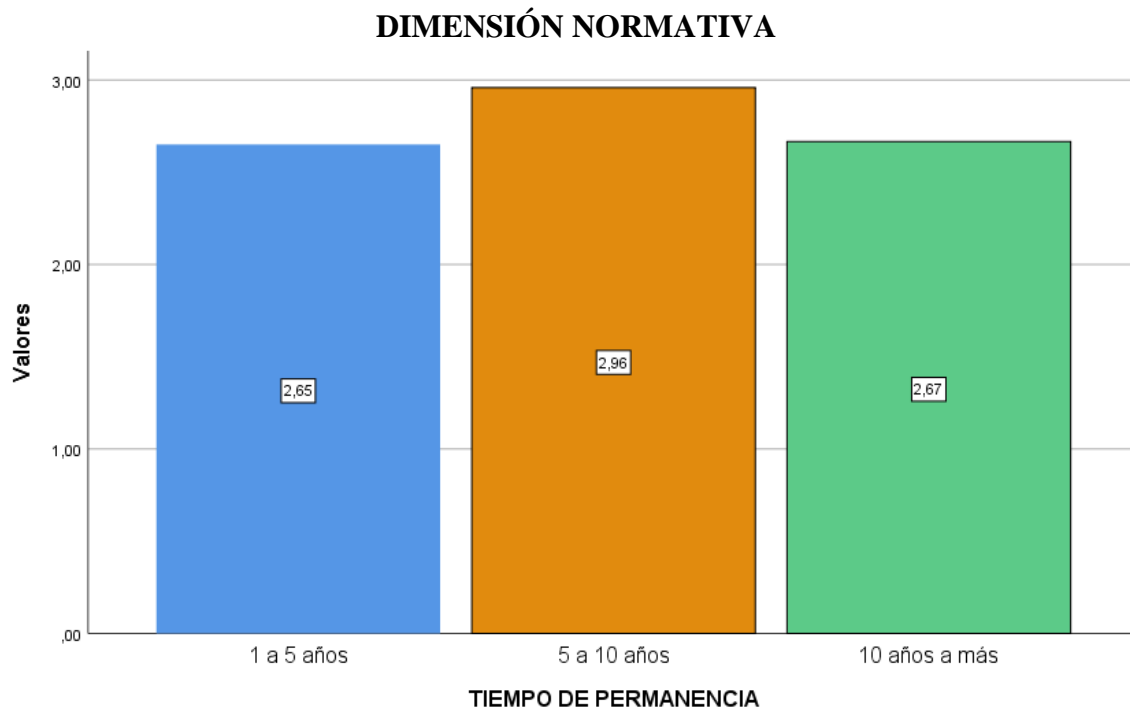


Figura 10 Evaluación de la Dimensión Normativa por tiempo de permanencia.

Al analizar la dimensión Normativa por Tiempo de Permanencia, se encontró que los colaboradores en los tres segmentos de edad tienen un grado de Compromiso Normativo similar, calificado como Medio, esto implica que los trabajadores en general consideran que tienen un sentido de compromiso de obligación o deber con la empresa que le ha brindado la oportunidad de desarrollarse profesionalmente. Del mismo modo los empleados con años de 5 a 10 en la empresa, quienes pueden considerarse con cierta estabilidad, pueden sentir mayor obligación con la institución de manera que puedan conservar el empleo.

Se efectuó una prueba de hipótesis para sostener la apreciación gráfica.

H₀: No existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de los diferentes tiempos de permanencia.

H₁: Existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores de los diferentes tiempos de permanencia.

Tabla 15 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Tiempo de permanencia

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de PROMAFECT es la misma entre las categorías de TPOEMPRESA.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,323	Retener la hipótesis nula.
2	La distribución de PROMCONT es la misma entre las categorías de TPOEMPRESA.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,140	Retener la hipótesis nula.
3	La distribución de PROMNORM es la misma entre las categorías de TPOEMPRESA.	Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes	,577	Retener la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,05.

Al comparar el grado de Compromiso Afectivo, de Continuidad y Normativo por Tiempo de permanencia, se observó que tal como se observó en el análisis gráfico no existe diferencia significativa en el grado de Compromiso percibido en los colaboradores de las diferentes edades, puesto que no se cuenta con evidencia para rechazar la H_0 que por tanto se acepta (retiene), puesto que $\text{Sig.} > 0.05$ en las tres pruebas efectuadas.

DIMENSIÓN AFECTIVA

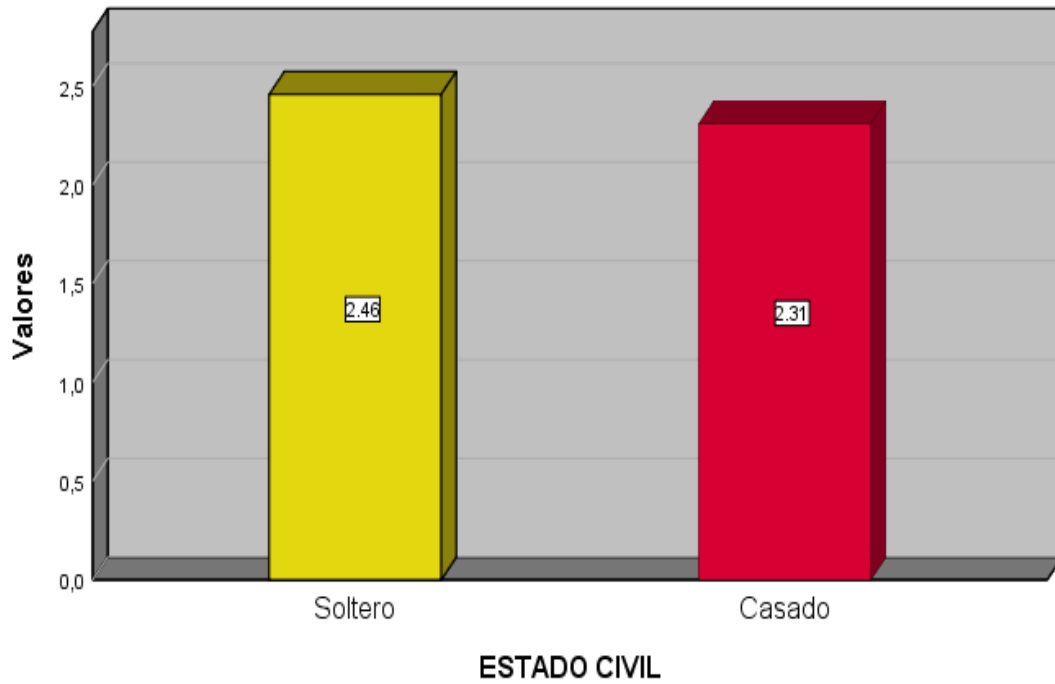


Figura 11 Evaluación de la Dimensión Afectiva por Estado Civil.

Al analizar la dimensión de Afectiva por Estado civil, se encontró que los colaboradores tanto solteros y casados, sienten un compromiso afectivo calificado como Medio, esto implica que los trabajadores de ese tiempo de empleo en la empresa han desarrollado un apego medio con la misma, sienten un grado de compromiso personal con la empresa y se sienten de alguna manera como parte de una familia.

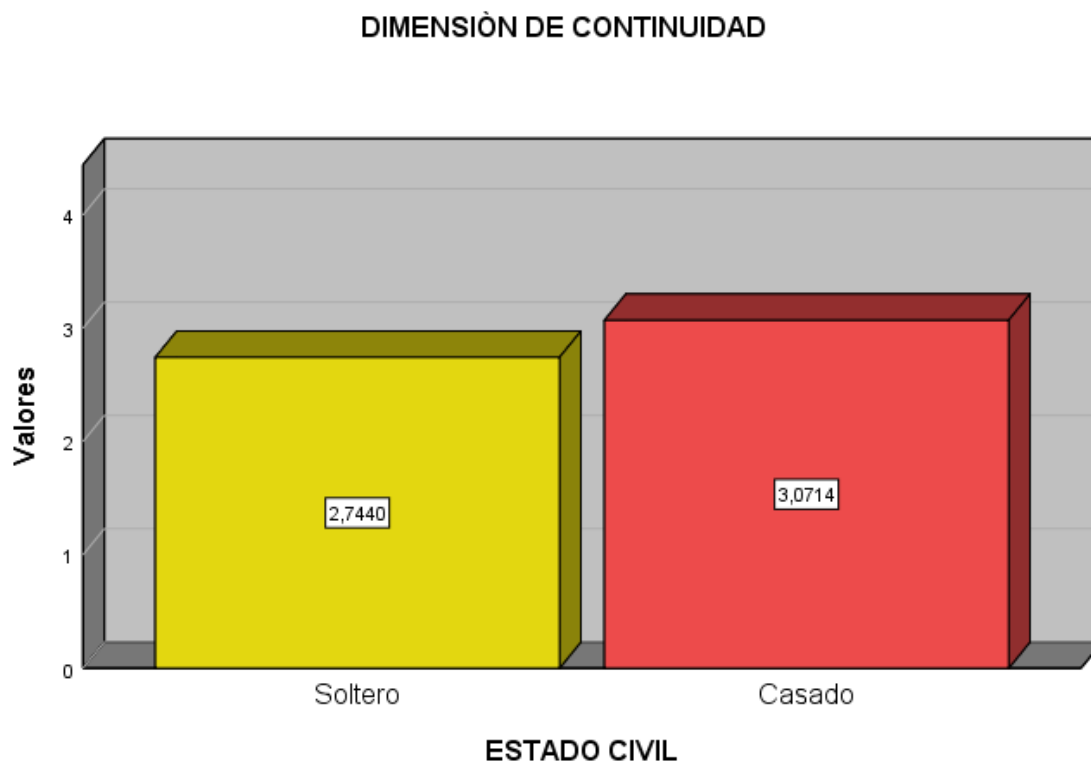


Figura 12 Evaluación de la Dimensión de Continuidad por Estado Civil.

Al analizar la dimensión de Continuidad por Estado Civil, se encontró que los colaboradores tanto solteros como casados tienen un grado de Compromiso de Continuidad similar, calificado como Medio, esto supondría que los trabajadores en general consideran que no es fácil conseguir un nuevo empleo, sin embargo hay una leve diferencia respecto a una mayor puntuación en las personas casadas, lo que estaría explicado en el mayor compromiso que tienen las personas casadas de manutención de una familia y por ende una mayor necesidad del empleo.

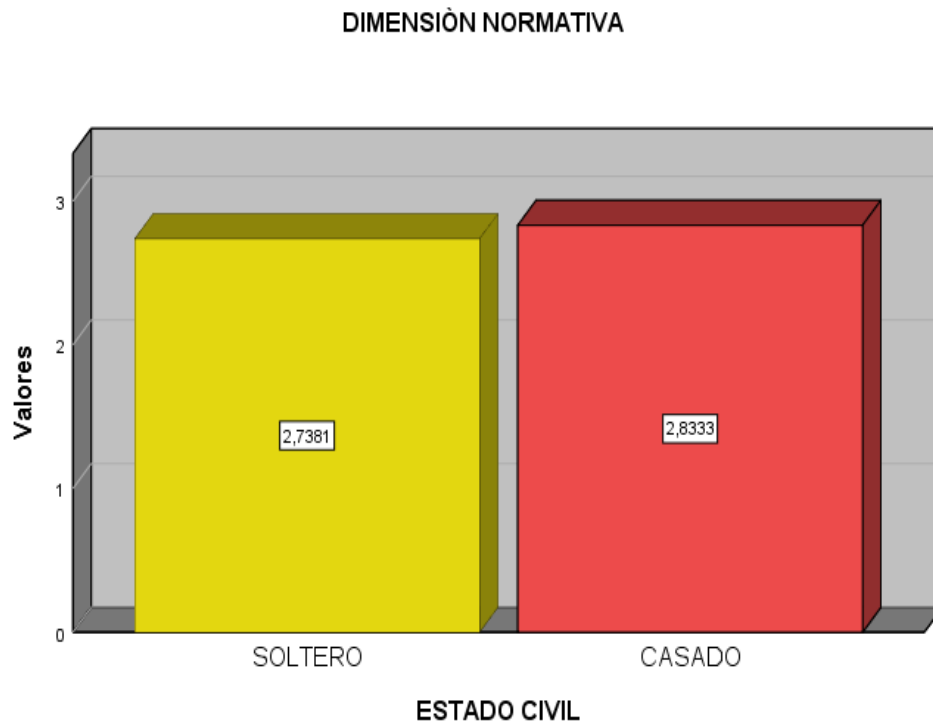


Figura 13 Evaluación de la Dimensión Normativa por Estado Civil

Al analizar la dimensión Normativa por Estado Civil, se encontró que los colaboradores en los tres segmentos de edad tienen un grado de Compromiso Normativo similar, calificado como Medio, esto implica que los trabajadores en general consideran que tienen un sentido de compromiso de obligación o deber con la empresa que le ha brindado la oportunidad de desarrollarse profesionalmente.

Se efectuó una prueba de hipótesis para sostener la apreciación gráfica.

Ho: No existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores por Estado Civil.

H1: Existe diferencia significativa en el Compromiso Afectivo, De continuidad o Normativo en los colaboradores por Estado Civil.

Tabla 16 Resumen de hipótesis - comparación de compromiso por Estado Civil

Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Prueba	Sig.	Decisión
1	La distribución de PROMAFECT es la misma entre las categorías de ESTCIVIL.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,558 ¹	Retener la hipótesis nula.
2	La distribución de PROMCONT es la misma entre las categorías de ESTCIVIL.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,281 ¹	Retener la hipótesis nula.
3	La distribución de PROMNORM es la misma entre las categorías de ESTCIVIL.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	,825 ¹	Retener la hipótesis nula.

Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significación es de ,05.

¹Se muestra la significación exacta para esta prueba.

Al comparar el grado de Compromiso Afectivo, de Continuidad y Normativo por Estado Civil, se observó que tal como se observó en el análisis gráfico no existe diferencia significativa en el grado de Compromiso percibido en los colaboradores solteros y casados, puesto que no se cuenta con evidencia para rechazar la Ho que por tanto se acepta (retiene), puesto que Sig. > 0.05 en las tres pruebas efectuadas.

4.2. Discusión

En los resultados encontrados se pudo ver que las tres dimensiones del compromiso fueron calificadas de manera media, estos resultados coinciden también con los estudios de Meseguer Albert, (2011) quien asocia al compromiso afectivo con la buena relación del trabajador con sus compañeros y superior directo.

Asimismo, el autor señala al compromiso continuo como barreras de salida y lo hace coincidir "con los motivos que nos llevan a aceptar un empleo y depende de factores como la seguridad y estabilidad, la satisfacción con las condiciones económicas y con las funciones propias del puesto, el prestigio social del mismo, las facilidades para la conciliación de la vida personal y familiar.

Respecto al compromiso normativo, los resultados concuerdan con los estudios de Zegarra (2014), en el que se mostró que el empleado se siente comprometido normativamente, se siente obligado a permanecer, porque la institución le brinda oportunidades de interacción en las que el aprendizaje y el desarrollo profesional los están motivando.

Respecto a la relación del compromiso organizacional con algunas variables demográficas (sexo, estado civil y tiempo de permanencia) se puede decir que no arrojan significancia estadística, hallazgo que es coherente con lo encontrado por Zegarra (2014). Lo que indica que algunas variables demográficas no constituyen elementos diferenciadores cuando se trata del compromiso organizacional; en otros términos, el compromiso organizacional es igual para los trabajadores, esto contrasta con el estudio de Montoya (2014) en el que se halló diferencias significativas entre solteros y casados.

V. Conclusiones

Por los resultados obtenidos se puede concluir que los colaboradores del banco sienten en general un compromiso medio, tanto afectivo, de continuidad como normativo, esto genera una posibilidad de examinar las razones por las cuales no se ha alcanzado una valoración mayor de los colaboradores y genera una oportunidad de mejora.

Al examinar las puntuaciones medias por los indicadores demográficos, edad, sexo, tiempo de permanencia y estado civil se pudo determinar que no existe una diferencia significativa entre la valoración dada por los trabajadores varones y mujeres, de diferentes grupos etáreos, aquellos que tienen mayor o menor permanencia en la institución y aquellos solteros o casados.

Sin embargo, se encontró ligeras puntuaciones mayores en el compromiso de continuidad y normativo de las personas más jóvenes, que está explicada en nuestra realidad sobre el empleo, en el que la consecución y el mantener el mismo es una tarea que genera un compromiso de necesidad y obligación más que de afecto.

Con respecto al compromiso de continuidad respecto al tiempo de permanencia en la institución se halló asimismo una valoración mayor en aquellos empleados que tienen entre 5 a 10 años en la institución, esto podría deberse al hecho de que las personas al sentir que el trabajo es estable suelen generarse compromisos a plazos más largos y ello requiere que mantenga un ingreso económico que le permita cumplirlos, esto es también consistente con el hallazgo de una mayor valoración en el compromiso normativo respecto a este mismo segmento.

Respecto al estado civil, se halló mayores puntuaciones en el compromiso de continuidad en las personas casadas, ello debido al mayor compromiso económico que tienen las personas con una obligación familiar.

VI. Recomendaciones

- El Banco debe diseñar e implementar un plan que le permita fortalecer el compromiso organizacional e identificación de los colaboradores, tratando de mejorar los resultados medios que arrojan los análisis estadísticos en las tres dimensiones Afectiva, De continuidad y Normativa.
- También diseñar nuevos medios de comunicación para captar y atender las necesidades e ideas de todos los colaboradores. Estas actividades contribuirán a mejorar el compromiso afectivo de los colaboradores porque se sentirán importantes, escuchados y en familia en el banco.
- Los altos funcionarios deben propiciar el reconocimiento a los colaboradores de una forma de mejorar su compromiso, en base en los resultados obtenidos, no existe un reconocimiento a los colaboradores que se esfuerzan en realizar bien su trabajo; por esto se debe realizar reuniones mensuales en los cuales se haga un reconocimiento a los mejores trabajadores de mes.
- Se debe implementar programas de capacitación y desarrollo de habilidades para todos los colaboradores, que permitan mejorar su calidad de trabajo y además reconocer las habilidades y capacidades de cada trabajador y con ello permitir su desarrollo en beneficio del trabajador y del banco, en donde el banco permita el desarrollo profesional y personal del trabajador.

VII. Lista de referencias

- Alarcón, R. (2014). FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD Autor Asesor. *Satisfacción Laboral y Compromiso Organizacional En Colaboradores de Una Empresa Retail, Lima, 2014.*
- Álvarez, G. (2008). Determinantes del compromiso organizacional: ¿Están los trabajadores a tiempo parcial menos comprometidos que los trabajadores a tiempo completo? *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 18, 73–88. <https://doi.org/10.1109/ISUVR.2008.24>
- Arias Galicia, F.; Varela Sosa, D.; Loli Pineda, A.; y Quintana Otiniano, M. (2003). El compromiso organizacional y su relación con algunos factores sociodemográficos. Lima-Perú: Rev. de Investigación en Psicología, vol. 6, N° 2, UNMSM.
- Bayona, C., Goñi, S., & Madorrán, C. (1999). Compromiso organizacional: implicaciones para la gestión estratégica de los ... - Cristina Bayona, Salomé Goñi, Cristina Madorrán - Google Libros, (January), 25. Retrieved from <https://books.google.com.pe/books?id=7SxGuAAACAAJ&dq=cOMPROMISO+ORGANIZACIONAL+libro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwifLXnvePdAhXR2VMKHbLsDdMQ6AEIMDAC>
- BETANZOS, N., ANDRADE, P., & PAZ, F. (2006). Dimensions of organizational commitment among mexican, 22, 25–43.
- Carbó, G. T., & Segovia, A. O. (2011). Antecedentes organizacionales y personales de las intenciones de compartir conocimiento: Apoyo, clima y compromiso con la organizacion. = Organizational and individual antecedents on knowledge-sharing intention: Perceived organizational support, climate a. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 27(3), 213–226. <https://doi.org/10.5093/tr2011v27n3a5>
- Condori Quispe, W. (Universidad P. de T. (2015). Universidad Privada de Tacna. *Thesis*, Resñ histórica. Retrieved from <http://www.upt.edu.pe/upt/web/home/contenido/100000000/65519409>
- Cortina Espitia, E. (2016). El rol mediador del Compromiso Organizacional entre la Satisfacción Laboral y la Intención de Permanencia en el sector de Contact Centers. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 33(2), 94–107. <https://doi.org/10.21772/riipo.v33n2a02>
- Chiavenato, I. (2008). Gestión del Talento Humano, 626. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Delgado, Y. (2017). *Clima y Compromiso Organizacional*.
- Del Rosario, Z., & Eduardo, F. (2014). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional en el personal de salud del Hospital de San Juan de Lurigancho. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/54216347.pdf>
- Flávia, A., & Falci, M. (2010). Pontificia universidad católica del Perú escuela de graduados “. *Gestion Del Conocimiento En Una Entidad Publoica a Traves Del de Plataformas Virtuales de Enseñanza :Caso Defensoria Del Pueblo*, 152.
- González, E. L., Torre, D., Elena, J. De, & Psicología, J. E. (1995). Dimensiones del compromiso organizacional. *Universidad de Salamanca*, 89–103.
- Huamanchorque Castro, A. L. (2017). Marketing interno y compromiso organizacional de los colaboradores de la gerencia de Multibanca del Banco de Crédito - La Molina - 2016, 35. Retrieved from http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7169/HUAMANHORQUE_CA.pdf?sequence=1
- Jaros, S. (2002). Meyer y Allen Modelo de Organización Compromiso : Problemas de medición, 7–26.
- Loli Pineda, Alejandro (2005). Compromiso organizacional de los trabajadores de una universidad pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas. Instituto de Investigaciones Psicológicas, UNMSM, Lima, Perú.
- María Hurtado-Arrieta. (2017). Ba Ses Conceptuales Del Compromiso Organizacional. Un a Visión De Implicación, Según Meyer Y Al Len, Y Su Medición En Dos Empresas Del Sector Retail De Piura. Retrieved from https://pirhua.udp.edu.pe/bitstream/handle/11042/2883/AE_291.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Meyer, J. & Allen, N. (1991). Tres componentes, conceptualización del compromiso organizacional. (*Human Resource Management Review*). Vol.1, n° 1, pp. 61 – 98.
- Montoya, E. (2014). Validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un contact center. Universidad de Ciencias Aplicadas. Recuperado

http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/581494/1/TESIS+FINAL_Elizabeth+Montoya

- Profile, S. E. E. (2016). Clima y Compromiso Organizacional Serie Libros y Manuales : Finanzas , Contaduría y Administración Unidad Multidisciplinaria : CIEA, (March).
- Redondo Cristóbal, M. (2016). Responsabilidad Social Orientada a Los Recursos Humanos, Compromiso Organizacional E Impacto Sobre La Rentabilidad De La Firma. Estudio Exploratorio, 1–21. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=JrexDgAAQBAJ&dq=el+libro+blanco+de+la+responsabilidad+social+empresarial&hl=es&source=gbs_navlinks_s%0Ahttp://catoute.unileon.es/search~S1*sp?/X%22responsabilidad+social+corporativa%22&searchscope=1&SORT=D/X%22responsab
- Rosales, N., & Maguiña, A. (2013). “Marketing Interno Y Compromiso Organizacional De Los Colaboradores Del Banco De La Nación Agencia 2, Huaraz, 2015.” *Descubriendo Nuevos Horizontes En Administracion: XXVII Congreso Anual AEDEM, Universidad de Huelva, 5, 6 y 7 de Junio de 2013*. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=4402643>
- Ruiz de Alba Robledo, J. L. (2013). Marketing interno y compromiso organizacional. *Descubriendo Nuevos Horizontes En Administracion: XXVII Congreso Anual AEDEM, Universidad de Huelva, 5, 6 y 7 de Junio de 2013*, 77. Retrieved from
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4402643&info=resumen&idioma=SPA>
- Seminario Vigil, S. E. (2017). Clima laboral y compromiso organizacional en vendedores de una empresa de tipo retail de Lima Metropolitana. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), 0–60. Recuperado en:
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622010>
- Torres, M., & Torres, M. (2014). Relación entre marketing interno y compromiso organizacional de los trabajadores de una empresa pública de Lima. *Revista de Investigación en Psicología*, 17(1), 209-226.

VIII. Anexos

8.1. Anexo 01: Cuestionario

ESCALA COMPROMISO ORGANIZACIONAL

(Allen y Meyer, 1991)

Objetivo: Conocer tu opinión acerca de los aspectos relacionados al desempeño laboral, la aceptación del cambio, el espíritu corporativo, la contribución de objetivos, la implicación con la misión y la ayuda al desarrollo de otras personas, las cuales se presencian en el ambiente de trabajo donde usted labora.

N°	ITEMS	TA	A	I	D	TD
Indicadores de la Dimensión Afectiva						
1	Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa					
2	Me siento ligado emocionalmente a mi organización					
3	No me siento plenamente integrado a mi organización					
4	Realmente tomo los problemas de la empresa como míos					
5	Esta empresa significa personalmente mucho para mí					
6	No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización					
7	Estaría feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa					
Indicadores de la Dimensión de Continuidad						
8	Siento como si tuviera muy pocas opciones de trabajo					
9	Si no hubiera puesto tanto de mí mismo en la organización, hubiera considerado otras organizaciones					
10	Sería para mí muy duro dejar esta organización así lo quisiera					
11	Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera salir de la organización					
12	Hoy pertenecer en esta organización es una cuestión tanto de necesidad como de deseo					
Indicadores de la Dimensión Normativo						
13	Me sentiría culpable si dejara mi organización ahora					
14	No abandonaría a mi empresa en estos momentos					
15	Estoy en deuda con la organización					
16	Esta organización merece mi lealtad					
17	Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien si dejar mi organización					
18	No siento obligación alguna de permanecer					

8.2. Anexo 2: Consentimiento informado

Fecha _____

Yo _____, colaborador(a)
de _____, en base a lo expuesto en el presente documento, acepto
voluntariamente participar en la investigación
“ _____ ”, conducida por el(la)
Profesor(a) _____, investigador(a) de USAT

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de mi participación. Reconozco que la información que provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al Investigador Responsable del proyecto al correo electrónico _____, o al teléfono _____.

Nombre y firma del participante

NOMBRE
Investigador Responsable

