

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ANÁLISIS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL
EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN EN UNA FÁBRICA DE
TUBERÍAS- LAMBAYEQUE**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Angélica María Cisneros Inciso

Chiclayo, 03 de octubre de 2017

**ANÁLISIS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL
EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN EN UNA FÁBRICA DE
TUBERÍAS- LAMBAYEQUE**

POR:

Angélica María Cisneros Inciso

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Camilo Girón Córdova

Presidente de Jurado

Mgtr. Luis Angulo Bustíos

Secretario de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta

Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2017

DEDICATORIA

A Dios por darme a la mejor madre, Estela Inciso, quien es mi fortaleza y ejemplo de perseverancia; a mi esposo Manuel por su constante motivación y a mi pequeño Angel que supo comprender los momentos en el cual me ausenté de casa por desarrollar esta carrera.

Angélica

AGRADECIMIENTO

A los representantes de la empresa en la cual desarrollé el presente informe, a mis queridos profesores por las loables enseñanzas y en especial a mi asesor por la paciencia y consejos que me permitió desarrollarme como profesional.

Angélica

RESUMEN

Esta investigación fue realizada en base a los problemas presentados en el área de producción de una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de tuberías en la ciudad de Lambayeque, en la cual se analizó el grado del compromiso organizacional basado en el modelo de Meyer y Allen, para ello participaron 34 colaboradores que pertenecen al área de Producción, a quienes se les realizó una encuesta de 18 ítems utilizando una escala tipo Likert. Durante el levantamiento de información se contó con el apoyo de una psicóloga para las consultas del caso, posteriormente para validar el instrumento se realizó el alfa de Cronbach a través del programa de datos SPSS, el cual resultó un 0.60 por ciento de fiabilidad en las dimensiones de Afectivo y Normativo, mientras que en la dimensión Continua se obtuvo un 0.83 por ciento. En el análisis de los resultados de las encuestas por dimensiones, se evidenció que la mayoría de ellos tienen un compromiso normal con su organización, sin embargo, se puede aumentar el compromiso en la dimensión Continua, para ello se acotó con algunas mejoras que pueden ayudar en fidelizar a los colaboradores, tales como la homologación de sueldos, capacitaciones de puestos más profundas, incentivos económicos o de reconocimientos por efectividad de producción (cumplimiento de objetivos) y visitas domiciliarias para conocer más de cerca la realidad de los colaboradores.

Palabras claves: Compromiso organizacional, colaboradores, afectivo, normativo y continuo

ABSTRACT

This research was carried out based on the problems presented in the production area of a company engaged in the manufacture and commercialization of pipes in the city of Lambayeque, in which the degree of organizational commitment based on the Meyer and Allen for that participated 34 employees belonging to the Production area, who were surveyed 18 items using a Likert scale. During the information retrieval, the support of a psychologist was obtained for the consultations of the case. Later, to validate the instrument, the Cronbach's alpha was made through the SPSS data program, which resulted in a 0.60 percent reliability in dimensions Of Affective and Normative, while in the Continuous dimension was obtained 0.83 percent. In the analysis of the results of the dimensions surveys, it was evidenced that most of them have a normal commitment with their organization, however, it is possible to increase the commitment in the Continuous dimension, for this it was limited with some improvements that can help In loyalty to collaborators, such as the homologation of salaries, training of deeper positions, economic incentives or recognition for effectiveness of production (meeting objectives) and home visits to know more closely the reality of employees.

Key words: Commitment organizacional, collaborators, affective, normative and constant.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes	14
2.2. Bases teóricas.....	17
2.3. Definición de términos básicos.....	22
III. METODOLOGÍA	26
3.1. Diseño de investigación	26
3.2. Área y línea de investigación.....	26
3.3. Población, muestra y muestreo	26
3.4. Operacionalización de variables	28
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
3.5.1. Métodos	29
3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.6. Técnica de procesamiento de datos	29
IV. RESULTADOS	30
4.1. Compromiso afectivo.....	30
4.2. Compromiso de continuidad.....	37
4.3. Compromiso normativo	41
V. DISCUSIÓN	48
VI. CONCLUSIONES	51
VII. RECOMENDACIONES	53
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
IX. ANEXOS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	28
Tabla 2 Las tres Dimensiones del Compromiso en Relación a otros Elementos	62
Tabla 3 Estadístico de fiabilidad de la sub escala de compromiso afectivo	63
Tabla 4 Estadístico total-elemento de al sub escala de compromiso afectivo	63
Tabla 5 Estadísticos de fiabilidad de la sub escala de compromiso de continuidad	64
Tabla 6 Estadístico total elemento de la sub escala de compromiso de continuidad	64
Tabla 7 Estadístico de fiabilidad de la sub escala de compromiso normativo	65
Tabla 8 Estadísticos total-elemento de la sub escala de compromiso normativo	65
Tabla 9 Consolidado de encuesta y resultados	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Orgullo.....	30
Figura 2. Emociones	31
Figura 3. Familia.....	32
Figura 4. Solidaridad.....	33
Figura 5. Significancia.....	34
Figura 6. Afiliación.....	35
Figura 7. Felicidad	36
Figura 8. Prestaciones económicas	37
Figura 9. Conveniencia	38
Figura 10. Comodidad	39
Figura 11. Sacrificio	40
Figura 12. Beneficios.....	41
Figura 13. Hacer lo correcto	42
Figura 14. Intención de abandono.....	43
Figura 15. Endeuda	44
Figura 16. Lealtad	45
Figura 17. Reciprocidad.....	46
Figura 18. Contribución a los objetivos.....	47

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el compromiso organizacional es un componente importante que define el grado de apego o vínculo laboral entre colaboradores y su organización, el cual está basado en elementos emocionales que hacen que el trabajador se identifique con la empresa. Existen casos particulares de empresas como Coca Cola, Pepsi, Facebook, Google, etc. quienes vienen desarrollando metodologías para incentivar el compromiso dentro de su organización y lograr que el colaborador permanezca más tiempo en la empresa.

El compromiso de los trabajadores muchas veces se ve determinado por las motivaciones que ofrezca la empresa y viceversa; tal como menciona Fischman (2014): "la motivación es como el nivel de temperatura del aire de un globo aerostático. Algunos motivados tienen el aire caliente y vuelan por los horizontes. Otros, con el aire frío están paralizados en el piso esperando que alguien los arrastre", es decir, va a depender mucho de cómo la organización involucra a sus colaboradores en las actividades diarias, qué métodos empleará para que se sientan alentados a comprometerse con el trabajo.

Muchas personas se han dedicado al estudio del compromiso organizacional para conocer sus efectos y consecuencias, algunos de ellos fueron Meyer y Allen quienes implementaron un modelo para medir el grado de compromiso, este sufrió modificaciones a medida de la complejidad y el crecimiento de las organizaciones, tal es así que hasta el año 1997 se ha actualizó dicho estudio.

El compromiso organizacional en las compañías tiene consecuencias respecto al desempeño laboral, el tiempo de permanencia y la rotación del personal. De manera, que determinar el nivel de compromiso de una organización permite tomar decisiones idóneas y crear herramientas eficaces para fidelizar y retener al trabajador. Asimismo, permite ver cuán identificados e implicados se encuentran los trabajadores con sus organizaciones y analizar la vinculación de los mismos. Si se determina el grado del compromiso organizacional en los trabajadores de la empresa de tuberías, se permitirá

desarrollar políticas de mejoras y sobre todo a las personas involucradas con el área de Recursos Humanos y principales jefaturas, para que comprendan mejor y amplifiquen su visión acerca de la importancia del compromiso organizacional y el comportamiento de sus trabajadores, para así tomar decisiones específicas y establecer estrategias de mejora alineados a la organización y eso dependerá los resultados que se encuentren tanto en el compromiso afectivo, normativo y continuo.

En la ciudad de Lambayeque existe una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de tuberías y otros termoplásticos, contando con las áreas de Finanzas, Comercial, Logística, Recursos Humanos y Producción, donde laboran un total de 92 colaboradores; para efectos del estudio se ha tomado el área más crítica y el cual presenta mayor rotación de personal, problemas de relaciones interpersonales, baja productividad, entre otros, que generan un alto costo para la organización, el área de producción cuenta con 34 trabajadores, de los cuales tienen el nivel de educación de secundaria completa, edad de 18 años a más, provenientes de diversos lugares de la región y de diferente condiciones civiles.

Esta empresa, objeto de estudio, a pesar de los cambios económicos en la región ha venido contratando personal para el área de producción, esto con la visión de que en un lapso de seis meses la situación económica en el sector de construcción mejorará. Es por ello que se decide realizar un análisis del Compromiso Organizacional siendo la unidad de estudio a los colaboradores del área de Producción, quienes cumplen una labor fundamental dentro del proceso. Cabe señalar que esta empresa es una de las pocas organizaciones en Lambayeque que cumple con los beneficios de ley y otros (alimentación, movilidad, prestamos, capacitaciones).

Téngase en consideración que de acuerdo a los resultados entre estas tres dimensiones se debe analizar si se pueden realizar mejoras dentro de la organización, debido a que la dimensión Afectiva se conecta con la parte intrínseca de la persona y empresa, en donde el colaborador se siente orgulloso, solidario, tiene sentido de pertenencia y relaciona familia con el trabajo, es decir, se siente identificado y vinculado a ella. La dimensión Continua se relaciona con la parte extrínseca, es decir,

el apego material, qué tipo de retribuciones puede percibir del empleador y qué tanto está dispuesto a sacrificar en lo personal. La tercera dimensión Normativa busca ser la parte trascendental, aquella donde el colaborador está unido a la organización por sentimientos del deber, siguen valores como la lealtad y buscan el bien común. Un colaborador con un alto compromiso es un aliado en la organización, porque buscará cumplir con los objetivos, la cultura organizacional, es por ello que el compromiso organizacional es un factor determinante en esta investigación, ayudará en el crecimiento sostenible de la empresa (Meyer, Stanley, Herscovitch, & Topolnysky, 2002).

Por lo tanto, el estudio ha planteado el siguiente problema de investigación: ¿cuál es el nivel de compromiso organizacional en los colaboradores del área de Producción en una empresa industrial de Tuberías de la Ciudad de Lambayeque?

El objetivo general fue determinar el nivel de compromiso Organizacional de los colaboradores de la fábrica de tuberías en el distrito de Lambayeque 2016; así mismo los objetivos específicos fueron determinar el grado de compromiso organizacional respecto al componente Afectivo, respecto al componente Continuo y respecto al componente Normativo de los colaboradores de la fábrica de tuberías en el distrito de Lambayeque.

Este análisis se justificó basándose en que el talento humano en las organizaciones son de importancia para el desarrollo del negocio, porque se debe tener en cuenta que el compromiso con la organización es una actitud muy deseable para favorecer y mejorar el desempeño laboral, el colaborador ocupa un lugar importante en la estructura de la organización y por lo tanto juega un papel esencial en la composición e intensidad de dicha actitud, “Meyer y Allen, (1997) refieren: “Si se logra que los empleados se identifiquen e impliquen con la organización en la que trabajan, mayores serán las probabilidades que contribuyan efectivamente y que permanezcan en la misma”. (Bóhrt, Romero & Diaz Bretones, 2014, p. 227-245).

Teniendo como modelo el de Meyer y Allen quienes definen al Compromiso organizacional: “Como un constructo multidimensional que debe ser comprendido desde las diferentes ópticas, reconocimiento a la diversidad de los vínculos que pueden desarrollar los empleados con la institución, con sus supervisores y su puesto” (Meyer & Herscovitch, 2001, p. 11, 299-326), dicho modelo se aplica en el campo de organizaciones quienes ven una posibilidad de detectar el grado de Compromiso de sus colaboradores.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

El compromiso organizacional se considera como variable consecuente de actitudes personales de empleado hacia la organización, estudiándose para predecir el ausentismo, rotación de personal, desempeño laboral y la intención de abandono de debido a que las empresas para ser competitivas en el mercado necesitan que el personal esté comprometido con la organización.

La teoría de Becker(1960) establece que una persona se compromete por una decisión individual, lo que le lleva a hacer inversiones como aportar su esfuerzo, para tener beneficios que le brinda su empresa como una pensión o jubilación y dejarlo le significaría una pérdida. De esta forma, si el empleado se compromete con la empresa debido a sus acciones, o si lleva a cabo comportamientos extraordinarios en favor de la organización (como trabajar después de su horario de trabajo) aparece el compromiso. Esto se entiende como persistencia conductual, puesto que la conducta de compromiso realizada bajo sus condiciones particulares, afecta su reaparición (permanencia) por otra parte, desde la teoría del vínculo afectivo, el compromiso se define como una actitud que expresa la liga emocional(psicológica) entre el individuo y su organización, donde existe un componente con estos elementos: 1) la identificación con los objetivos y valores de la organización, 2) contribuir para que la organización alcance sus metas y objetivos, y 3) el deseo de ser parte de la organización (Buchanan, 1974; Porter, et al., 1974) (citado Betanzos Díaz, Palos Andrade, & Paz Rodriguez, 2006)

En el año 1986 O'Reilly y Chatman argumentaban que el compromiso refleja "el vínculo psicológico" que ata al individuo con la organización pero que la naturaleza de ese vínculo podía diferir. Asimismo Kelman (1958) se refiere al compromiso como el cambio de actitud y de conducta vinculado entre el empleado y la organización, la misma que puede tomar de tres formas, a las que llamaron: conformidad, se da cuando se adoptan actitudes y conductas para conseguir recompensas específicas; la

identificación ocurre cuando los empleados sienten orgullo de ser parte de un grupo, respetando sus valores y logros, pero sin adoptarlos como si fueran propios y por último la interiorización, que se da cuando los valores del individuo y de la organización coinciden.(Eva, pág. 4)

Otros autores definen el compromiso organizacional como la identificación psicológica de una persona con la organización en la que trabaja (Arciniega L. , 2002, p. 2(1), 21-23). Este compromiso organizacional es visto como una respuesta emocional ante una evaluación positiva dentro del contexto laboral por parte del colaborador. Lodahl y Kejner (1965), definen el compromiso organizacional como: “El grado en el que el desempeño del trabajo de una persona afecta a su autoestima” (Montoya, 2014).

El compromiso en las empresas viene siendo investigado desde hace más de 50 años, en el cual ha sufrido cambios con la intención de cumplir con las expectativas esperadas, entre los trabajos de investigación figuran: Calderón (2009), Diaz (2011), Álvarez (2012), San Martín (2012), Guillen (2012), Arancibia (2012) y Rodríguez (2012). Para ello y tomándose en cuenta estas referencias se ha precisado en estudiar el ámbito psicológico partiendo desde el análisis que se realizó a un grupo de obreros en diversas empresas de Bolivia, en la cual predominó el compromiso de Continuación o interesado, seguido por el componente normativo o de obligación y quedando rezagado el vínculo afectivos (Bóhrt, Romero, & Diaz Bretones, 2014, págs. 227-245)

En el análisis realizado en base al compromiso organizacional refieren que éste está fuertemente relacionado con la motivación y las intenciones de abandono, seguido de enfermedades ocupacionales, accidentes laborales, inasistencias y rotación del personal; es por ello la importancia de las organizaciones en trabajar arduamente en la afiliación que debe tener por parte de sus colaboradores.

Por otro lado, los estudios han demostrado que el compromiso organizacional se puede dividir en dos dimensiones: el compromiso emocional, el cual está relacionado con el vínculo afectivo y el impulsador del desempeño, por cuanto el colaborador sentirá orgullo de pertenecer a la organización y aportará en la cultura de la misma, y racional porque está relacionado con los costos de cambio y beneficios.

En vista que a la fecha se ha validado el modelo de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen, la cual se ha aplicado en el campo de trabajadores y empleados de diferentes empresas, como ejemplo, en los obreros de cuatro empresas bolivianas en donde se utilizó este modelo, teniendo resultados favorables para el desarrollo de los negocios (Bóhrt, Romero, y Diaz Bretones, 2014, p. 227-245). Según Meyer y Allen estas dimensiones miden el grado de Afiliación o apego hacia las organizaciones, quienes destacan la naturaleza del trabajo, la descripción del puesto, políticas de recursos humanos, comunicación, el grado de participación en la organización y los estilos de liderazgo por parte de los directivos. Entre las personas se señalan: edad, sexo, antigüedad en el cargo, sus expectativas, valores respecto al trabajo, responsabilidades familiares, afectividad, motivación. Y por último las del entorno se identifican algunas tales como las oportunidades laborales (citado de Ruiz de Alba, 2013, p. 67-86).

En los tiempos actuales, el compromiso organizacional es un tema de gran importancia, ampliamente estudiado en el ámbito laboral y en la psicología organizacional, y sobre todo en la gestión de recursos humanos (Harel, 1999, p. 38, 185-200).

En el Perú existen algunas investigaciones que aportan a la confiabilidad de la escala, por ejemplo, el estudio Compromiso Organizacional de los trabajadores de una universidad pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas Loli (2007) en el cual arrojó la confiabilidad del cuestionario con un total de 88% según alfa de Cronbach. Asimismo, se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio, con rotación Varimax, y los resultados de este estudio señalaron que no existe relación

entre el compromiso organizacional y variables demográficas, pero sí se encontró una relación positiva entre la satisfacción del trabajo y el compromiso organizacional.

Asimismo, en la región Lambayeque se realizó en el año 2015 la propuesta de mejora del nivel del compromiso de los trabajadores de la empresa Cerámicos Lambayeque, logrando encuestar a los 130 trabajadores, en el cual se detectó que la mayoría de colaboradores se ubicaban en el compromiso de continuación, seguido del compromiso normativo, quedando rezagado el compromiso afectivo, es por ello que los autores emplearon propuestas de mejora para optimizar el grado del compromiso Normativo (Ventura & Acuña, 2015). Teniendo los resultados los autores propusieron diseñar una propuesta para elevar el compromiso de los trabajadores, implementaron estrategias de ámbito en las dimensiones afectiva como el programa Mi trabajador querido, el cual se desarrolló en tres módulos, basándose en el reconocimiento laboral(retribución, confianza, capacitaciones y flexibilidad), reconocimiento de trabajo en equipo(reconocimiento al desempeño y metas logradas) y en el módulo III basado en reconocimiento a la experiencia personal(experiencia laboral y logros realizados o alcanzados) estos módulos tuvieron una duración de 03 meses. En la dimensión normativa, implementaron el programa Yo Quiero a mi Empresa, basándose en módulos de Identidad laboral (potenciar habilidades mediante la capacitación pagada por la empresa; y el módulo de Compromiso y lealtad (ayudarle a estudiar una maestría, diplomado pagado por la empresa. Y por último en la estrategia del ámbito de la dimensión Continua se emplearon el módulo de Compromiso a largo plazo (estabilidad laboral, reconocimiento de beneficios sociales) y por último en el módulo II delegar responsabilidad y grupos de personas (toma de decisiones en pequeños proyectos y brindarles autonomía en las responsabilidades o tareas.

2.2 Bases teóricas

A lo largo de los años el compromiso organizacional ha sufrido muchos cambios respecto a su medición, sin embargo, Meyer y Allen (1991) han estructurado una escala que mide el compromiso organizacional y sus tres dimensiones. Estas escalas,

es la que ha tenido y recibido mayor soporte, así como también la que ha sido ampliamente utilizada durante las últimas décadas por muchos autores (Arciniega, 2001). Los tres tipos de compromiso han sido sometidos a revisión e investigaciones para demostrar la validez y confiabilidad de la escala (Meyer, Allen y Smith, 1993; Meyer y Allen, 1997). Cabe resaltar que, debido a ello, la escala de Meyer y Allen ha tenido algunas modificaciones.

Desde la perspectiva de atribución se define al compromiso como una obligación que el individuo adquiere como resultado de realizar ciertos actos que son voluntarios, explícitos e irrevocables (Reicher, 1985). Dentro de esta categoría entraría la dimensión Normativa ya que se expresa un sentimiento de obligación moral de contribuir con la organización a la que pertenece (Wiener, 1982).

En su inicio Meyer y Allen (1984) implementaron dos dimensiones o escalas de compromiso para medir el compromiso organizacional: afectivo y de compromiso continuo, años siguientes se introdujo la escala de compromiso normativo (Allen y Meyer, 1990), la cual intentaba medir la internalización de las normas que guían el comportamiento del colaborador a comprometerse con los objetivos y misión de la empresa. Esta última dimensión es la que mayor repercusión ha generado ante muchos autores, ya que su definición ha tenido múltiples interpretaciones de manera que todas las revisiones se han centrado en medir el compromiso normativo (Meyer, Allen & Smith, 1993; Meyer & Allen, 1997). Sin embargo, las dimensiones del compromiso organizacional de Meyer y Allen han tenido durante este tiempo una modificación estructural, ya que ha ido evolucionando conforme algunos autores han criticado la teoría y es con el aporte de los mismos que se ha seguido investigando y probando el modelo en lo que al constructo respecta. Es importante saber que la mencionada variable, en sus inicios, contaba con 24 ítems, que abarcaba sus tres tipos de dimensiones (afectivo, continuo y normativo), posteriormente fue modificada y reducida a 21 ítems y en el año 1993 la variable fue modificada por 18 ítems, manteniendo la base de sus tres tipos de dimensiones. La tercera modificación aparece en Meyer (1997), donde no se alteran las dimensiones de compromiso afectivo, ni la normativa, pero si se hace la subdivisión de la dimensión de continuidad en dos sub

escalas: la percepción de alternativas (3 ítems) y sacrificio personal (3 ítem) (Arciniega, 2001). Es por ello que para el desarrollo de la presente tesis se ha tomado la tercera versión editada en el año 1997, que consta por 18 ítem en idioma inglés, sin embargo, por recomendación del mismo autor y para efectos de dicha investigación se ha considerado tomar los ítems traducidos al español por Arciniega y Gonzales (2006).

Meyer y Allen (1991) definen que: “El compromiso organizacional como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que influyen en la decisión de continuar o dejar la organización”. Asimismo, los autores señalan que el compromiso organizacional es un constructo de concepto multidimensional que comprende tres tipos de compromiso organizacional: el afectivo, de continuidad y el normativo. Esta aproximación tridimensional es la que mayor investigación y soporte ha generado durante las últimas décadas, siendo la teoría más estudiada por muchos otros autores (Arciniega L. &, 2006, p. 21-23).

Otros autores definen al compromiso organizacional como variable multidimensional, por cuanto el individuo puede comprometerse con diferentes entes, asumiendo el compromiso en distintos grados o facetas, relacionándose en diversos aspectos como el trabajo, la profesión, la supervisión y trabajo en equipo (Becker y Billings, 2013; citado por Cardozo y Goncalves, 2009).

El compromiso organizacional es definido como la fuerza que identifica al individuo con la organización, la cual se caracteriza por la aceptación de metas, objetivos y valores organizacionales, asimismo el fuerte deseo de mantenerse en ella (Porter, Steers, Mowday y Boulian, 2013).

El modelo de las 3 dimensiones de Allen y Meyer hace una diferencia entre el compromiso afectivo, continuo y normativo. Los autores han sido totalmente claros que estas dimensiones son distintas y que tienen diferentes consecuencias y causas (Citado en Tormo Carbó y Osca Segovia, 2011). Como base teórica se plantea las dimensiones del Compromiso según Meyer y Allen, siendo:

a) Dimensión del compromiso de Afectivo

El compromiso afectivo refleja apego emocional e implicación subjetiva con la organización. Es la fuerza con la que un individuo se siente identificado y vinculado a ella, orgulloso de pertenecer, emocionalmente ligado, con sentimientos y pensamientos que derivan en la adhesión a un curso de acción relevante para la organización (Meyer, Stanley, Herscovitch, y Topolnystsky, 2002, p. 61, 20-52) citado Bóhrt, Romero, y Diaz Bretones, 2014, p. 229

Meyer y Allen (1997) de este modo las personas con elevado compromiso afectivo se muestran deseosas de hacer esfuerzos adicionales en el desempeño de sus tareas. Esta dimensión promueve que los trabajadores disfruten y sientan placer de trabajar en su organización. Esto está relacionado a la motivación intrínseca, ya que el trabajador realiza una tarea por el simple placer de realizarla sin recibir algún incentivo externo, sintiendo una sensación de placer, éxito y un fuerte deseo personal. Asimismo, Robbins (2004) expresa que existen cinco dimensiones clave que constituyen el concepto de confianza, lo que es un elemento vital para que los lazos afectivos se estrechen más:

- Integridad, la cual atañe a la honestidad y la veracidad.
- Competencia, la cual abarca las habilidades y los conocimientos técnicos e interpersonales del individuo.
- Congruencia, la cual relaciona con qué tanto se puede depender de un individuo, qué tan previsible y de buen juicio sea al manejar una situación.
- Lealtad, la cual genera la disposición a defender y dar la cara por la otra persona.

- Franqueza, elemento importante en el que la verdad se constituye como factor ético de convivencia, aunque a veces pueda tornarse en contra de los intereses de la organización.

b) Dimensión del compromiso de Continuidad

Se expresa en el reconocimiento de que los costos asociados con dejar el trabajo son elevados, es así que los empleados permanecen en la organización por conveniencia práctica y no por razones de apego emocional” (Bóhrt, Romero, & Diaz Bretones, 2014, p. 229). Meyer y Allen (1991) sostienen que “esté vínculo está relacionado negativamente con la asistencia al trabajo y con otros indicadores de desempeño, excepto en los casos en los cuales conservar el empleo está claramente sujeto al rendimiento.

Cuando el vínculo primario con la organización está basado en un fuerte componente de continuación, deriva en empleados que permanecen, pero que no encuentran razones para desempeñarse más allá de lo estrictamente necesario y que se limitan a cumplir con las tareas asignadas dentro de los estándares mínimos aceptables (Meyer, Hecht, Gill, y Topolnytsky, 2010, (p. 76, 458-473).

Esta dimensión está más relacionada con la motivación extrínseca, ya que lo que atrae al trabajador no es la actividad o tarea que realiza en sí, sino lo que percibe a cambio (dinero u otras formas de pago o recompensas).

c) Dimensión del compromiso Normativo

Un empleado con un fuerte compromiso normativo está unido a la organización por sentimientos de deber y obligación que tienen su origen en valores como la lealtad gestados en la familia y en la propia organización, o por haber recibido beneficios u oportunidades en el trabajo (citado en Bóhrt, Romero, y Diaz Bretones, 2014 p. 229).

Allen y Meyer consideran que esos sentimientos son los que motivan a los individuos a comportarse apropiadamente y a hacer lo que es correcto para la

organización. Los empleados que permanecen en su trabajo principalmente debido a un compromiso de este tipo, ocasionalmente, resienten su sentido de deuda u obligación, y aunque este sentimiento no les evita llevar a cabo efectivamente sus deberes, sí podría influir en qué tan buena o mala disposición tengan a la hora de realizarlos (Citado de Meyer, Hecht, Gill, y Topolnytsky, 2010 p.458-473).

El componente normativo está relacionado positivamente con el desempeño, la asistencia al trabajo y las conductas de ciudadanía organizacional. Asimismo, este compromiso hace referencia a la creencia de la lealtad hacia la organización, partiendo del sentido moral, ya que al recibir ciertas prestaciones tales como capacitaciones, préstamos personales, movilidades, alimentación, etc. Produce la reciprocidad de los colaboradores con la empresa. En resumen, las tres dimensiones de Allen y Meyer, representan tres formas diferentes de estar unido a una organización. Se podría decir que los colaboradores permanecen comprometidos con la organización porque quieren (afectivo), porque lo necesitas (de continuidad) o porque sienten que deben hacerlo (normativo).

2.3 Definición de términos básicos

- Compromiso: Allen y Meyer (citado en Tormo Carbó y Osca Segovia, 2011) mencionan que “El compromiso hace referencia a la fuerza con que un individuo se identifica y está involucrado con su organización”. Meyer y Allen también sostienen que: “El compromiso vincula al individuo con el entorno en el que trabaja, es noción común a todas las conceptualizaciones del constructo, el interés en el mismo deriva del reconocimiento que está relacionado con la movilidad de la fuerza de trabajo” (citado en *Bóhrt*, Romero, y Diaz Bretones, 2014. P. 227-245).

O'Reilly, C.A. & Chatman, (1986). Manifestaron que es el vínculo psicológico sentido por una persona hacia una empresa, que refleja el grado con el cual el individuo interioriza o adopta características o perspectivas de la organización.

Hellriegel, D. & Slocum, J. (2004). Indicaron que es la actitud hacia el trabajo con repercusión en el comportamiento organizacional.

- **Organización:** Es un sistema social en el que se integra un conjunto de personas y medios para conseguir objetivos. Toda organización debe tener personas especializadas para ejecutar las diversas tareas para el cumplimiento de su actividad y finalidad de la misma.
- **Lealtad:** La lealtad organizacional es una actitud de profundo compromiso de los empleados con la empresa y se manifiesta en las cosas a las que los subordinados están dispuestos a renunciar o a hacer con sacrificio por el bien de la organización. En los comités de dirección de las empresas es frecuente dedicar tiempo a debatir cómo aumentar la lealtad de los empleados hacia la empresa. A menudo algunos índices como rotación del personal, clima organizacional y satisfacción de los empleados son considerados como factores clave para aumentar la lealtad. Si bien es cierto que mejorar estos indicadores es conveniente, no necesariamente su impacto es directo sobre lo que se llamaría la genuina lealtad.
- **Orgullo de pertenencia:** El orgullo o sentimiento de pertenencia a un grupo es vital para el buen funcionamiento del mismo. No es que éste sea un requisito único, pero sí indispensable. Una persona se preocupará por todos los aspectos y funciones de la Organización, e intentará apostar siempre por la mejora de toda ella en su conjunto, cuando sienta que la empresa donde trabaja es suya, es su organización, su cultura y su grupo. Por eso, una persona que siente orgullo de pertenencia, mira más por el bien común, y se preocupa no sólo por el área concreta en la que trabaja y funciones que cumple sino por toda la organización de manera global. En ese sentido actúa como si fuera el “dueño” propietario de la empresa.
- **Sacrificio personal:** El valor del sacrificio es aquel esfuerzo extraordinario para alcanzar un beneficio mayor, venciendo los propios gustos, intereses y comodidad. Es un valor muy importante para superar en la vida por la fuerza que imprime en el carácter. Compromiso, perseverancia, optimismo, superación y servicio, son algunos de los valores que se perfeccionan a un mismo tiempo, por eso, el sacrificio

no es un valor que sugiere sufrimiento y castigo, sino una fuente de crecimiento personal.

- **Percepción de alternativas:** Del francés *alternative*, es la opción existente entre dos o más cosas. Una alternativa, por lo tanto, es cada una de las cosas entre las cuales se elige. También se define del latín *alter* (entre dos) significa optar o elegir entre dos cosas o posibilidades de acción. Se expresa lingüísticamente con la conjunción “o” como nexos conectores. Puede también elegirse ambas opciones en períodos diferentes.
- **Deber:** El deber supone una obligación, frente a otra parte; que, por el contrario, tiene un derecho. El deber puede adoptar diferentes formas de obligaciones, de acuerdo al ámbito con el cual esté relacionado: moral, jurídico, tributario, financiero, social, por citar sólo algunos de ellos. En la mayoría de los casos, el incumplimiento del deber recae en una sanción, multa o castigo para la persona que poseía la obligación, y de acuerdo a la magnitud del deber no cumplido, será la magnitud de esas consecuencias
- **Identificación:** Es un conjunto de estímulos que comparten una característica común. Es categorizar y clasificar y, como tal, es un proceso para reducir la cantidad de información que tenemos que enfrentar y así simplificar nuestra tarea de captar la realidad. Se habla de identificación cuando los estímulos son sociales, dotados de valor y halan en la forma en se categorizamos a las personas mismas. Las categorías sociales sirven para reflejar la realidad: son resultado de la interacción entre las personas que perciben y la realidad social que es percibida.
- **Solidaridad:** Es el sentimiento de unidad basado en las metas o intereses comunes, es un término que refiere a ayudar sin recibir nada a cambio con la aplicación de lo que se considera bueno. Así mismo, se refiere a los lazos sociales que unen a los miembros de una organización entre sí. De este modo, el concepto de solidaridad describe la adhesión de modo circunstancial a una causa o a proyectos de terceros. El término se utiliza en forma habitual para denominar una acción de perfil

dadivoso o bienintencionado. De todas maneras, su raíz etimológica hace referencia a un comportamiento *in-solidum*, es decir, que se enlazan los destinos de dos o más personas.

III.METODOLOGÍA

3.1 Diseño de investigación

El tipo de investigación utilizado en este estudio fue descriptivo, definido por Balestrini (2002) como "la inferencia a la descripción de las singularidades de una realidad estudiada, que podrá estar referida a una comunidad, una organización, un hecho delictivo, las características de un tipo de gestión, conducta de un individuo o grupales, comunidad, de un grupo religioso, electoral, etc."

El presente estudio tuvo un diseño de investigación no experimental, ya que se estudió una situación ya existente, donde no se tiene el control de ambas variables como tampoco se puede influir en la relación de las mismas. Es decir, los colaboradores (personal del área de Producción) tienen una relación laboral que se presenta en su organización. Al respecto enseña Kerlinger (1985) "una indagación empírica y sistemática en la cual el investigador no tiene un control directo sobre las variables independientes debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables.

Esta investigación tuvo un diseño de investigación transversal debido a que los datos fueron recogidos en un solo momento o tiempo determinado.

3.2 Área y línea de investigación

Área: Ciencias Sociales

Línea: Emprendimiento e Innovación Empresarial Bajo Responsabilidad Social

3.3 Población, muestra y muestreo

La población de la presente investigación estuvo formada por 34 colaboradores del área de Producción, en el cual se consideró solo al personal que tiene más de tres (3) meses laborando en dicha empresa, asimismo para la toma de la encuesta se contó

con la presencia de la Lic. Psicóloga Elisa Nevado Sánchez, quien absolvió las dudas de los colaboradores.

3.4 Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUB DIMENSION	INDICADORES	TECNICA - INSTRUMENTO	ESCALA
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Según Meyer y Allen (1997) Existen tres formas en las que los trabajadores se comprometen con una organización: permaneciendo comprometidos porque así lo desean y han establecido un vínculo emocional con su centro laboral (afectivo), porque lo necesitan y se sienten obligados de permanecer en la organización (continuo) y porque sienten que deben hacerlo por una obligación moral (normativo) (Gallardo & Triado, 2007).	D1: De Afectivo	Es la fuerza con la que un individuo se siente identificado y vinculado a ella, orgulloso de pertenecer, emocionalmente ligado, con sentimientos y pensamientos que derivan en la adhesión a un curso de acción relevante para la organización	Lazos familiares	Familia	Encuesta- Cuestionario	Intervalo - Likert
					Significancia		
				Orgullo de pertenencia	Solidaridad		
					Deseo de Permanencia		
					Pertenencia		
					Orgullo		
		D2: Continuidad	Es el apego material del colaborador con la empresa. Su estabilidad en la empresa es circunstancial y su desempeño está en cumplir con los mínimos aceptables o dar el mínimo esfuerzo para asegurar la continuidad en el puesto de trabajo	Sacrificio personal	Comodidad		
					Necesidades económicas		
				Percepción de Alternativas	Conveniencia		
					Beneficios		
					Costo económico		
D3: Normativo	Un empleado con un fuerte compromiso normativo está unido a la organización por sentimientos de deber y obligación que tienen su origen en valores como la lealtad gestados en la familia y en la propia organización, o por haber recibido beneficios u oportunidades en el trabajo	Deber	Contribución a los objetivos				
			Hacer lo correcto				
		Identificación	Obligación moral				
			Lealtad				
		Solidaridad	Sentimiento de culpabilidad.				
			Reciprocidad				

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Métodos

Para el cumplimiento de los objetivos se realizó los siguientes pasos:

- Encuesta a los colaboradores y entrevista al Jefe de Planta de la empresa Industrial al término e inicio de la jornada laboral, contando con la participación de la licenciada en Psicología Elisa Nevado Sánchez, para la recolección de datos, los cuales se obtuvieron durante 25 minutos debido a que son 18 ítems y se tuvo que explicar la forma de cómo resolver el cuestionario para evitar inconsistencias.
- Se analizó los resultados obtenidos de los instrumentos de medición en una hoja Excel.
- Se presenta y expone en figuras para un mejor análisis e interpretación.

3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Se empleó una hoja de Excel (office 2013) en el cual se diseñó el formulario de la encuesta y en Word (Office 2015) la entrevista.

3.6 Técnica de procesamiento de datos

En una hoja de Excel se trabajó los resultados de las preguntas realizadas en la encuesta y se procesaron de manera descriptiva y gráfica. La obtención de los resultados se validó por la herramienta estadística SPSS, el cual permitió analizar los datos de manera precisa con tabulaciones e histogramas, asimismo, se dio la fiabilidad de los resultados de esta encuesta utilizando el método del Alfa de Cronbach por cada dimensión.

IV. RESULTADOS

La investigación tuvo como población 34 colaboradores, la data que se recopiló a través del instrumento del presente estudio se trabajó en el paquete estadístico SPSS para Windows versión 23. Para el análisis se utilizó la estadística descriptiva, con el apoyo del especialista en la materia Mgtr. Arbulú Ballesteros Marco, catedrático de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, en el cual se revisó la consistencia de las encuestas aplicadas, obteniendo una efectividad del 100% al no encontrarse datos faltantes en ninguna encuesta. Asimismo, para el análisis de la fiabilidad se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach, el cual nos da una medida de fiabilidad por cada dimensión.

4.1 Compromiso afectivo

Se obtuvo un Alfa de Cronbach 0.60, el cual representa una fiabilidad dentro de lo normal (ver Tabla 3), además se concluye que ninguna variable específica mueve el alfa significativamente (ver Tabla 4)

A continuación, se desarrolla cada pregunta representado por su histograma e interpretación.

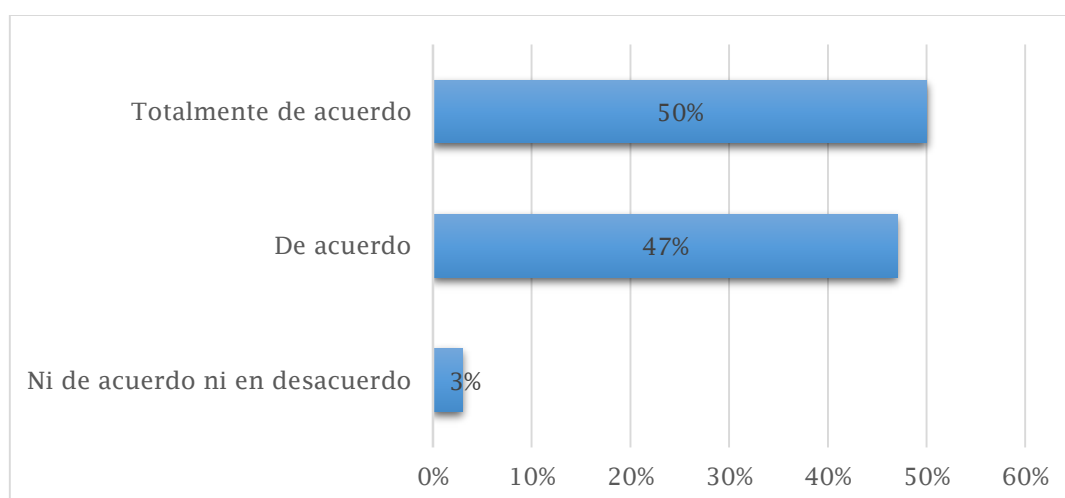


Figura 1. Orgullo

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Respecto a este ítem, se observa que un 97% de los trabajadores de la fábrica de Tuberías de Lambayeque se sienten orgullosos de formar parte de dicha empresa; mientras que un 3% mencionan no sentir ningún grado de afectividad para con su organización.

En una entrevista exploratoria al personal manifestaron que el orgullo que sienten por la organización se basa en que su modelo de negocio está enfocado con los valores organizaciones, como la integridad, respeto y seguridad, los mismos que permiten generar confianza en la población, en este sentido la empresa no se ha visto involucrada en problemas de dolo ante la sociedad, por el contrario aporta con el desarrollo del país al ofrecer puestos de trabajo con estándares de seguridad y salud ocupacional que la ley exige. Asimismo, manifestaron que esta empresa otorga beneficios que en otras empresas no se ven como la alimentación cubierta al 100%, movilidad, préstamo y línea de carrera.

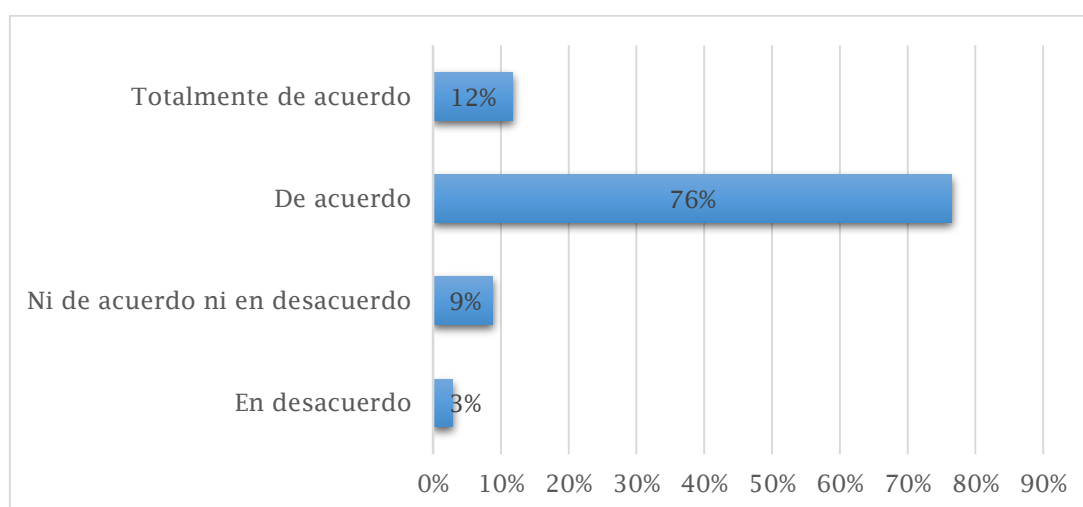


Figura 2. Emociones

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Del 100% de los trabajadores de la la fábrica de Tuberías de Lambayeque el 88% consideran que se sienten emocionalmente ligados con su organización, el 9% son indiferentes y el 3% no se presentan algún apego.

En entrevistas exploratorias realizadas a la mayoría de los colaboradores, estos comentaron que la empresa, desde que ingresaron, cumple con el pago oportuno de sus haberes, tienen un área en el cual pueden recurrir en caso de algún conflicto laboral y son solucionados en el corto plazo, sienten que la empresa se preocupa por ellos y su familia, y más si es enfocado desde el punto de vista de “Seguridad” en las labores que realizan.

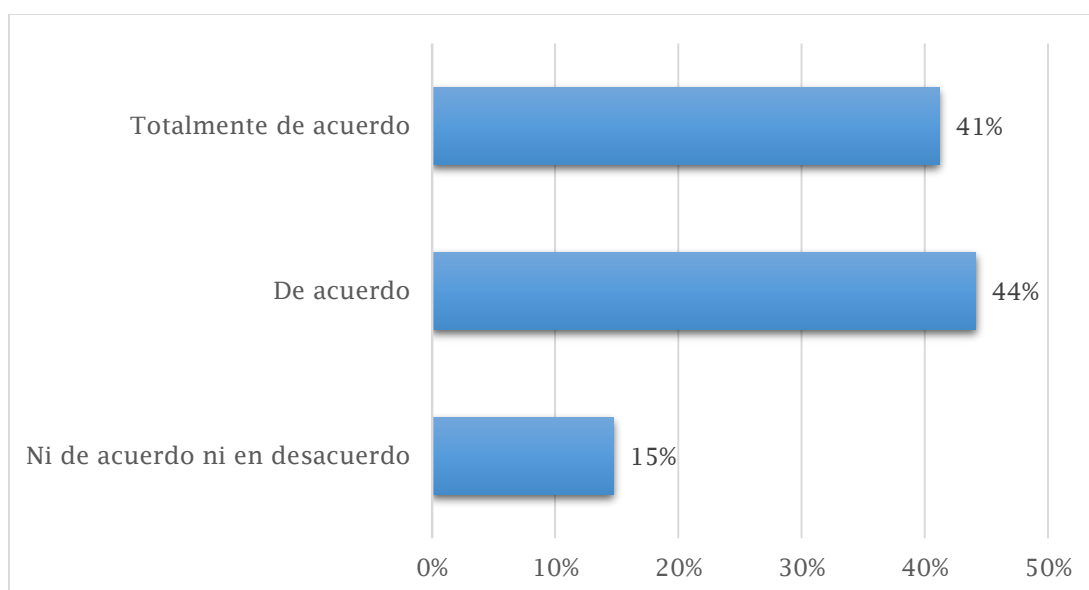


Figura 3. Familia

Fuente: Encuesta Octubre 2016

En esta gráfica se observa que un 85% de la población se sienten parte de una familia dentro de la organización, mientras que el 15% le es indiferente. Este resultado es coherente con los dos primeros resultados de emociones y afiliación, es por ello que los colaboradores manifiestan que son parte de una familia dentro de la organización por el tiempo en el que permanecen en ella, y por el cariño que tienen con sus gerentes, quienes se preocupan por implementar mejoras (infraestructura) liderazgo e interacción entre jefes y subordinados. El 15% que es indiferente se logra identificar aquellos trabajadores que solo ven a la empresa como recurso económico mas no de fidelidad.

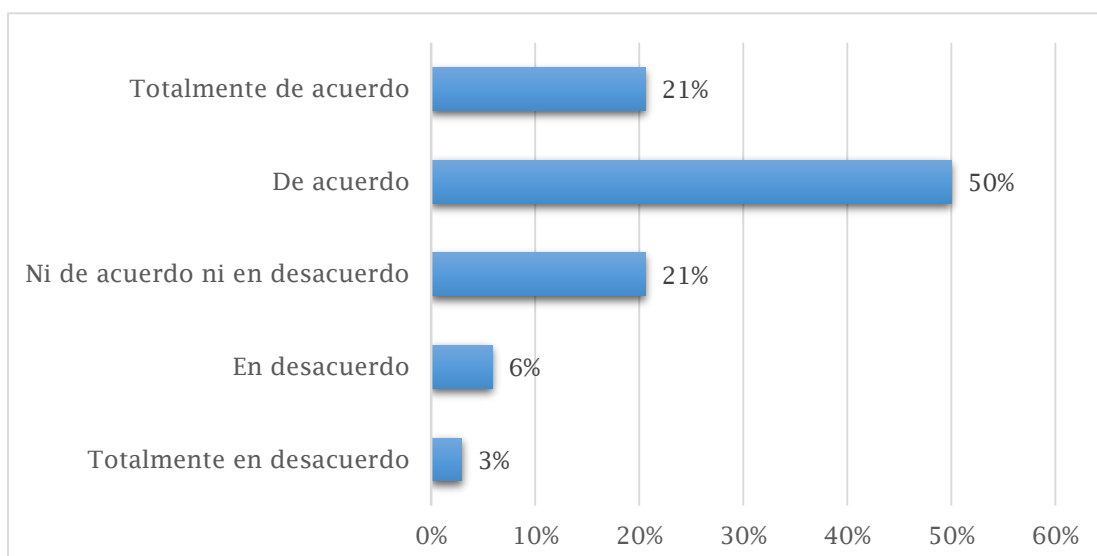


Figura 4. Solidaridad

Fuente: Encuesta Octubre 2016

De acuerdo a los resultados, el 71% resultado considerable el cual indica que los colaboradores se sienten realmente involucrados con los problemas de la empresa, por otro lado, el 21% manifiestan sentirse indiferentes en relación a los problemas que se suscitan en la organización; y solo el 9% de los colaboradores indicaron que no toman en cuenta los problemas de la empresa como suyos.

En la entrevista exploratoria, los colaboradores manifiestan que sienten los problemas como suyos, porque esta organización lo merece, debido a las interrelaciones que existen con cada área que buscan generar valor agregado a cada trabajo, es decir, trabajan para un mismo fin, el cual permite que la empresa siga a flote y por ende ellos pueden mantener el estilo de vida al que están acostumbrados por los beneficios que ofrece.

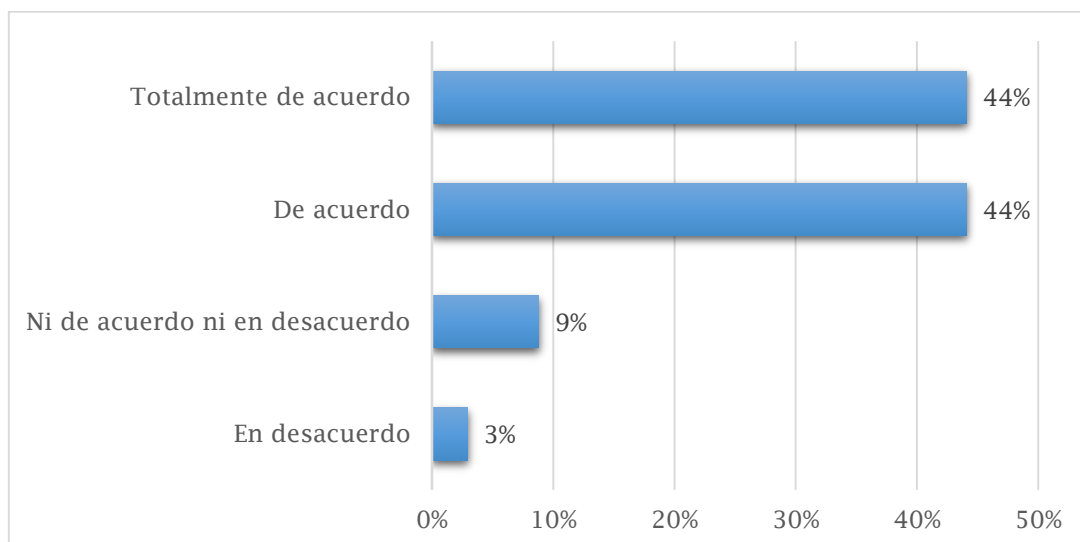


Figura 5. Significancia
Fuente: Encuesta Octubre 2016

Esta gráfica permite observar que la mayoría de los colaboradores, mencionan que la empresa significa mucho para ellos debido a que el 88% están totalmente de acuerdo, mientras que el 9% muestran indiferencia ante tal afirmación, asimismo el 3% de los colaboradores afirman que trabajar en la fábrica de tuberías no guarda mucho significado para ellos.

Este resultado es coherente con las anteriores, debido a que, si los colaboradores sienten orgullo, emociones, apego familiar y solidaridad para su organización, estos mismos lo resumen en la significancia que representa para cada uno de ellos que son la mayor parte de la población.

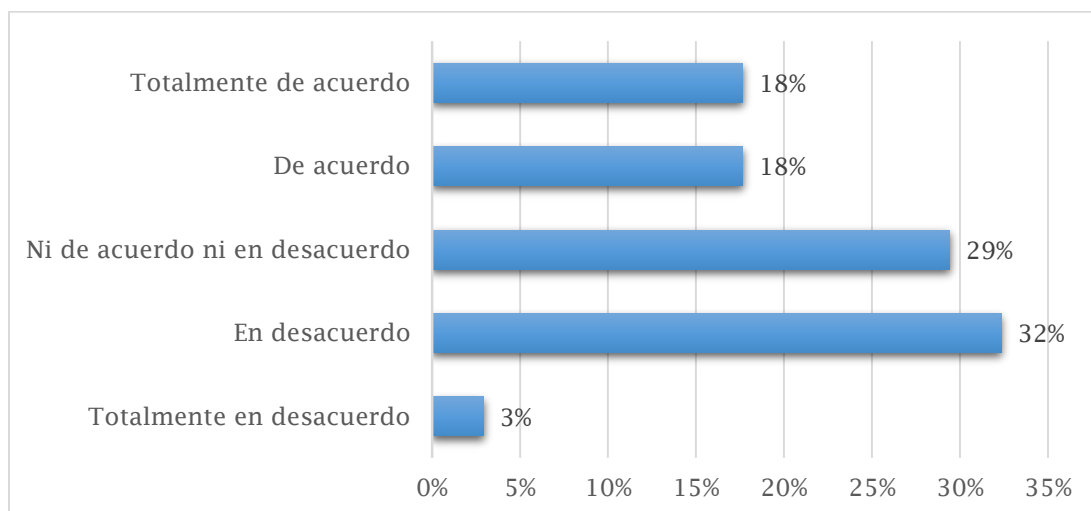


Figura 6. Afiliación

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Según la gráfica, un total de 36% consideran que no experimentan un fuerte sentimiento por la organización, el 29% es indiferente y por otro lado, en porcentaje regular tenemos que un 35% de los encuestados muestran que sienten un fuerte sentimiento para con su empresa.

En la entrevista exploratoria a los encuestados, manifestaron que si bien es cierto sienten orgullo, familiaridad, solidaridad hacia la organización, esto no significa que sientan un fuerte sentimiento debido a que en algún momento deberán dejar la empresa sea por decisión de la empresa o por ellos mismos.

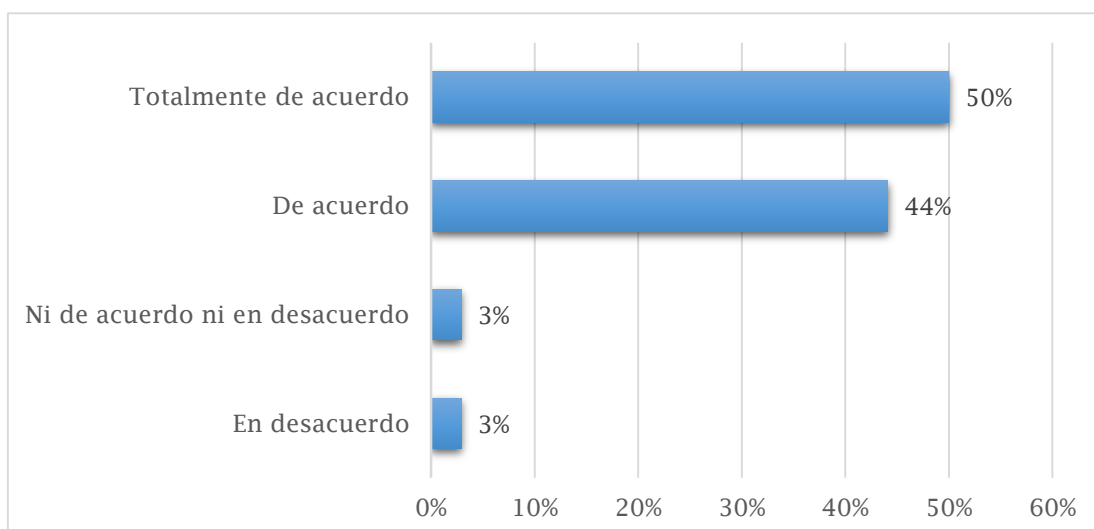


Figura 7. Felicidad

Fuente: Encuesta Octubre 2016

En esta afirmación se observa que un 94% están de acuerdo en que estarían felices de seguir trabajando para la empresa, mientras que en una cantidad menor a un 3% observamos que los trabajadores no opinan al respecto y el 3% les es indiferente.

En las entrevistas exploratorias, el personal manifestó que esto se debe a que la organización ha venido mejorando en las condiciones de comunicación, liderazgo y retribuciones, como ejemplo en las renovaciones de contratos, si estos no se dan, la misma jefatura advierte a los interesados de la no renovación y los motivos que originó, al contrario de años anteriores que eran sorprendidos con la renovación al último día del mes. Este resultado se interpreta como que existe la necesidad de tener un trabajo que permite tener confianza y solidez para con su familia.

4.2 Compromiso de continuidad

Se obtuvo un Alfa de Cronbach 0.831, el cual nos representa una alta fiabilidad (ver Tabla 5); además, se concluye que ninguna variable específica mueve el alfa significativamente (ver Tabla 6). Con respecto a las preguntas de esta dimensión se presenta en figuras y su interpretación.

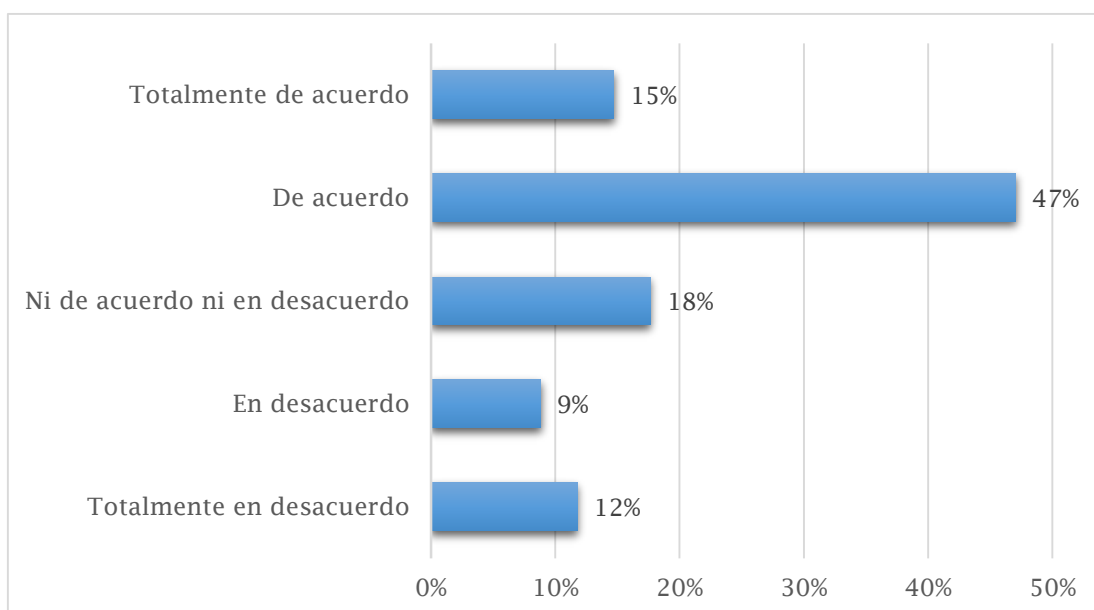


Figura 8. Prestaciones económicas

Fuente: Encuesta Octubre 2016

En esta afirmación se observa que, más de la mitad, un 62% sienten la necesidad de seguir trabajando para la empresa por los beneficios que otorga, mientras que en una cantidad menor a un 21% observamos que los trabajadores opinan que estos beneficios pueden ser ofrecidos en otra empresa y el 17% les es indiferente. Este resultado se interpreta que el sueldo y beneficios otorgados por la empresa si son tomados en cuenta por parte del personal.

En las entrevistas exploratorias, los colaboradores manifestaron que la retribución económica que ofrece la organización son por encima del mercado, y con la línea de carrera que ofrecen dentro de la empresa ellos pueden aspirar a obtener ganancias que en otras empresas no se daría, hay oportunidad de crecimiento, es decir

si empieza como un ayudante de producción, ellos pueden aspirar a llegar a ser maquinistas que es un sueldo más alto al que ofrece en el mercado.

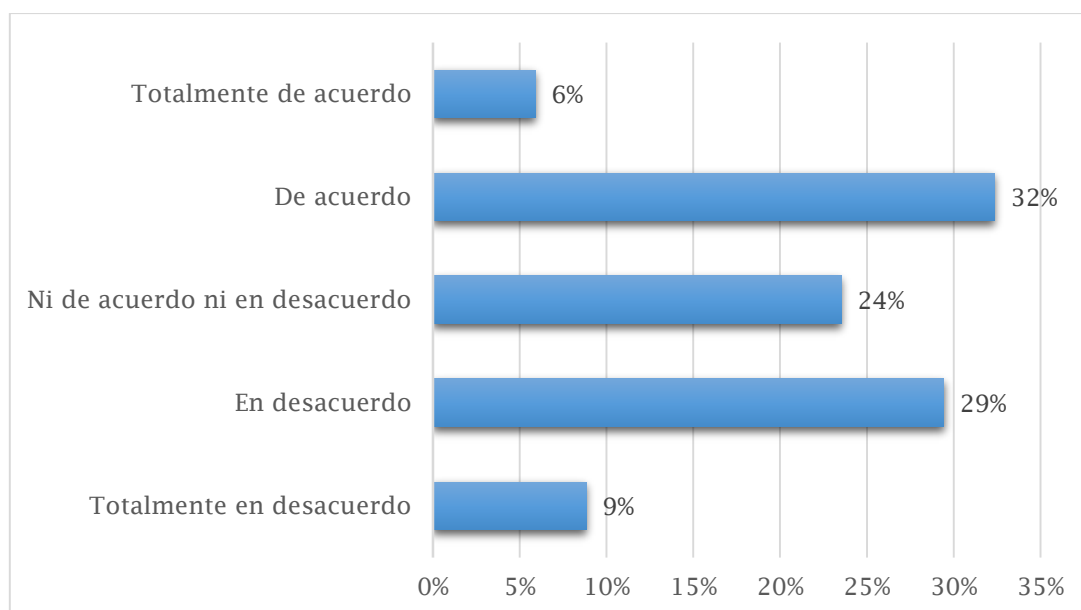


Figura 9. *Conveniencia*
Fuente: Encuesta Octubre 2016

De acuerdo con este ítem se aprecia que el 38% de la población encuestada creen que tienen pocas alternativas de conseguir un trabajo igual o parecido. Pero, por otro lado, el 24% mantienen una postura de indiferencia y un 38% sí creen que pueden conseguir un trabajo.

Se consultó al personal con respecto a este ítem, en el cual manifestaron que parte de considerar abandonar la empresa sería por algo mejor, es decir, conseguir en otra empresa los mismos u otros beneficios que ofrece la fábrica de tuberías. Asimismo, por otro grupo respondieron que parte de abandonar la empresa es si no llegan a la homologación de sueldos en algunos puestos, pues ven que deben ser retribuidos justamente e imparcialidad.

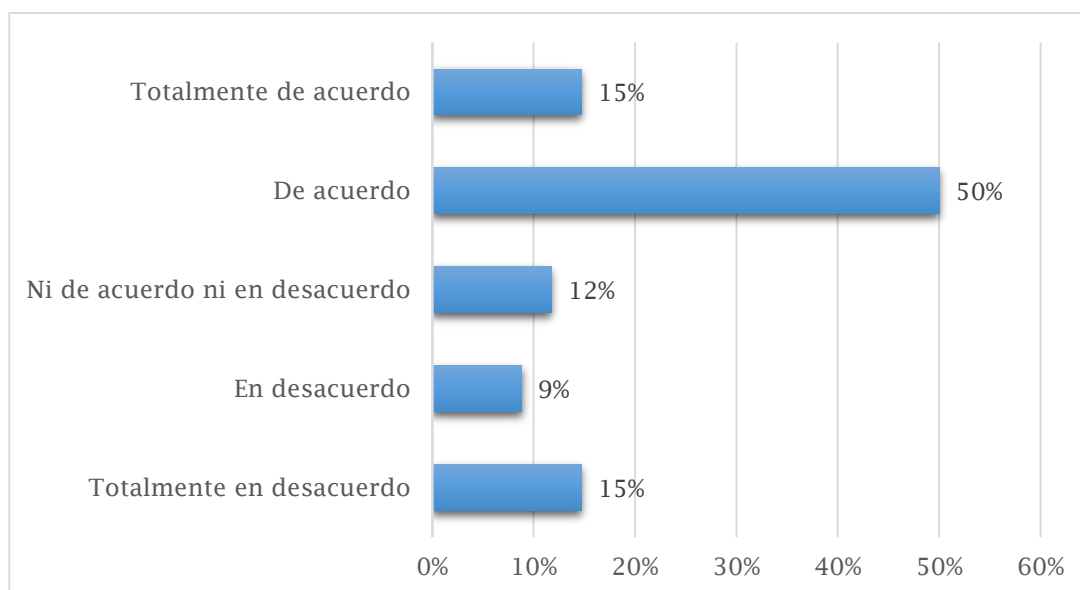


Figura 10. Comodidad

Fuente: Encuesta Octubre 2016

De acuerdo con este ítem se aprecia que el 65% de la población encuestada afirman estar de acuerdo en que les resultaría difícil conseguir un trabajo como el que ofrece la fábrica de tuberías. Pero, por otro lado, el 12% mantienen una postura de no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y con un porcentaje de 29% están totalmente en desacuerdo.

En la entrevista exploratoria los colaboradores manifestaron que se sienten cómodos trabajando en esta organización debido a que pueden mantener a su familia con las retribuciones que ofrece, y más si el pago por cada hora extra laborada es reconocido por el 50%, porcentaje mayor al que ofrece el mercado y la ley vigente.

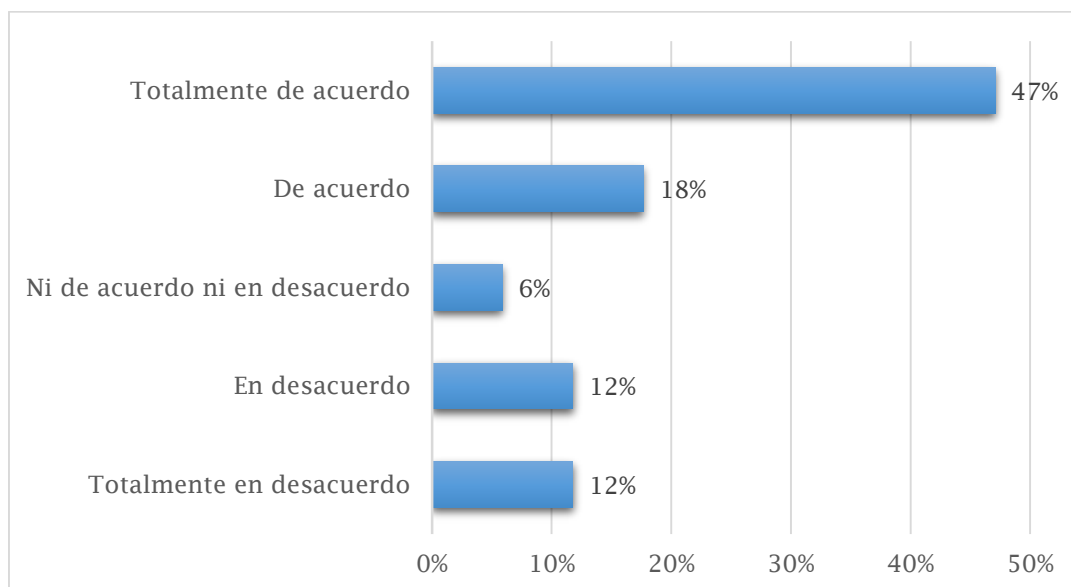


Figura 11. Sacrificio

Fuente: Encuesta Octubre 2016

La mayor parte de los colaboradores del área de producción de la fábrica de tuberías indicaron que sería muy duro dejar la organización representada por un 65%, mientras que solo un 24% consideran una fácil decisión dejar la empresa y el 6% les es indiferente.

Al respecto los colaboradores manifestaron que dejar la empresa en estos momentos le resultaría difícil debido a que trabajan en una empresa que les ofrece seguridad en cuanto a los beneficios y remuneraciones que son pagadas puntualmente, estos resultados se pueden interpretar que no existe una intención de abandono a corto plazo, esto debido a la seguridad laboral y económica que existe en esta empresa.

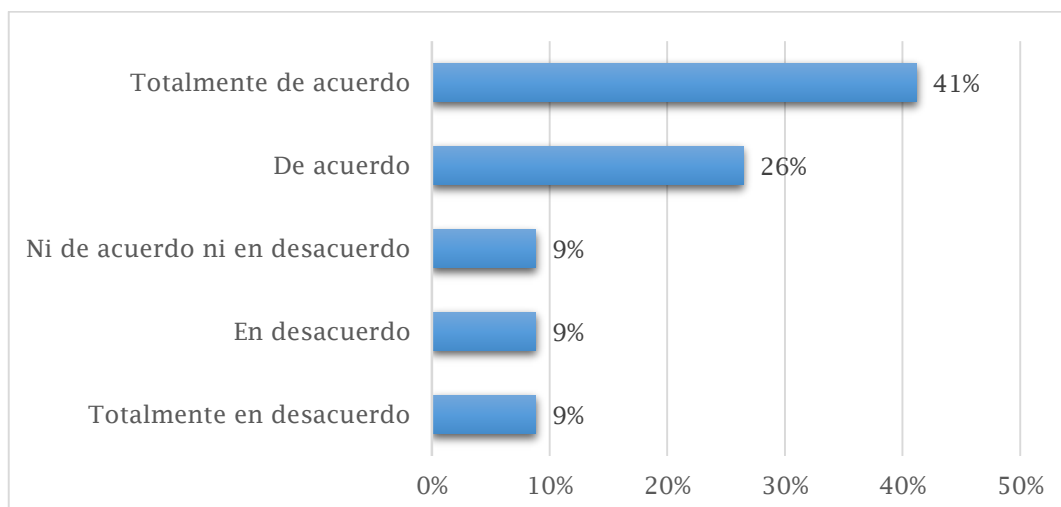


Figura 12. Beneficios

Fuente: Encuesta

Se observa que un 67% de los encuestados mencionan que, sí repercutiría en su vida el hecho de tomar la decisión de alejarse de la organización y el 9% es indiferente un 18% mencionan que el tomar la decisión de retirarse de la empresa no afectaría parte de su vida.

En la entrevista exploratoria que se realizó al personal, manifestaron que tomar la decisión de abandonar la organización solo sería si sienten que su integridad física y emocional pudiera verse afectados; sin embargo, esto no pasa por el contrario la organización ofrece oportunidades de mejora, en la cual se involucra a todo el personal.

4.3 Compromiso normativo

Se obtuvo un Alfa de Cronbach 0.60, el cual representa una fiabilidad dentro de lo normal (ver Tabla 7), además se concluye que ninguna variable específica mueve el alfa significativamente (ver Tabla 8)

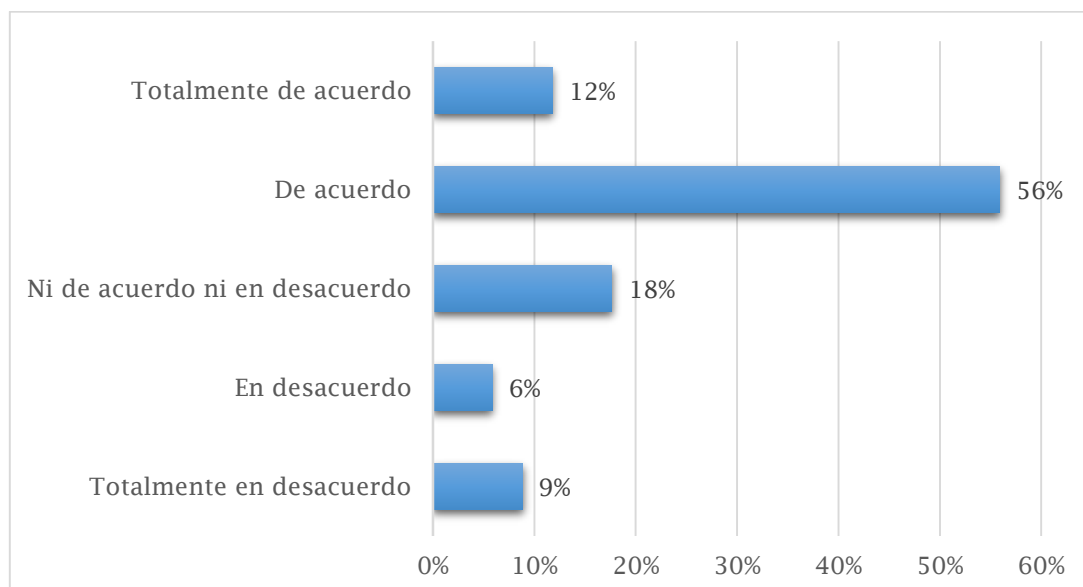


Figura 13. Hacer lo correcto

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Como se puede evidenciar en este gráfico, un 68% se sienten identificados moralmente con la organización, el 18% es indiferente y el 15% no presenta obligación moral.

Durante las encuestas realizadas al personal se consultó los motivos por los cuales se sienten con la obligación moral de seguir en la organización, manifestando que gran parte se debe a la imagen corporativa que transmite la empresa, es decir, no se ha visto mancillado por asuntos políticos, sociales y/o laborales. Asimismo, la mejora en el acceso a contactarse con el área de recursos humanos para resolver asuntos laborales o familiares ha hecho que los colaboradores sientan que son parte de la empresa.

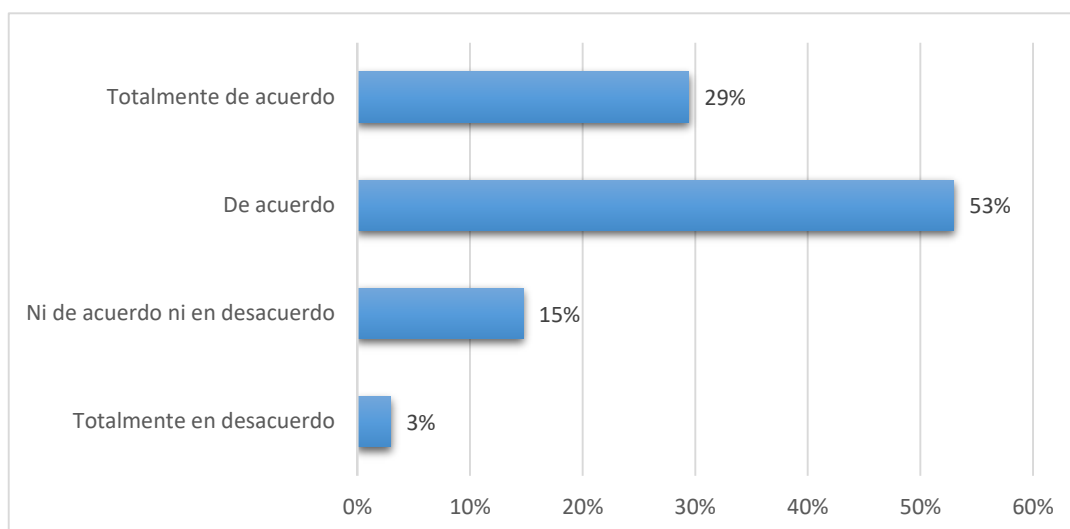


Figura 14. Intención de abandono

Fuente: Encuesta Octubre 2016

En este ítem con un porcentaje al 82% de la población encuestada manifiestan que no abandonarían su empresa, mientras que un 18% si abandonarían la empresa.

En las investigaciones exploratorias, los colaboradores manifestaron que no sienten la necesidad de abandonar la empresa, porque han visto que es una de las pocas que existe en el mercado que ofrece remuneraciones con horas extras por encima del 50%, línea de carrera, almuerzos sin recargo alguno, aguinaldos, gratificaciones, capacitaciones según el puesto (último fue de montacargas), evaluaciones periódicas de Desempeño laboral y con ello el aumento del 5% del último sueldo y acceso a cursos en SENATI,

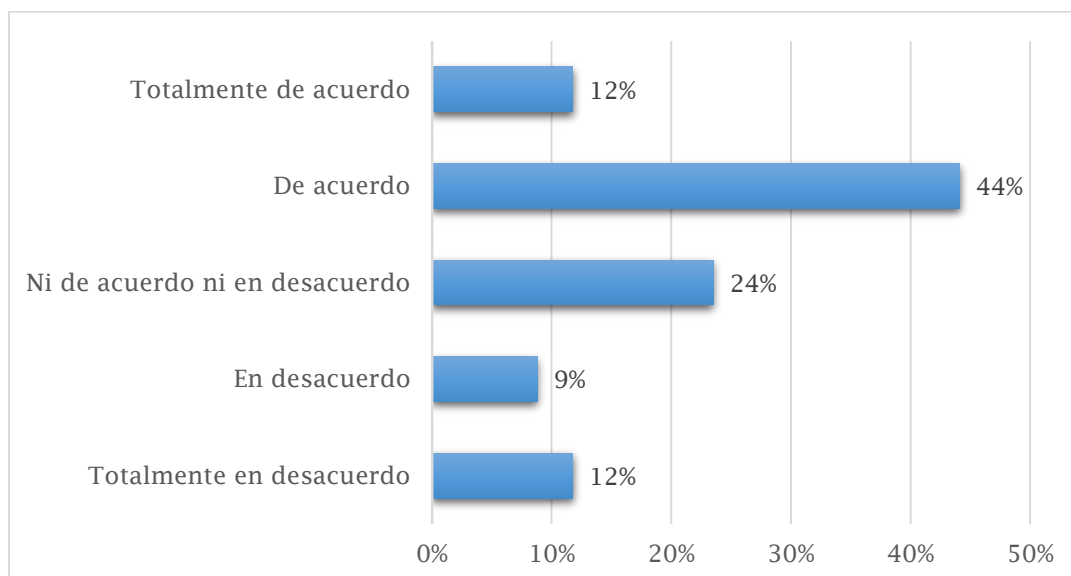


Figura 15. Endeuda

Fuente: Encuesta Octubre 2016

En lo que concierne a este gráfico, existe un 56% de los colaboradores que mencionan estar en deuda con la empresa, muy por el contrario, existe un porcentaje de un 23% que prefieren omitir su opinión en relación a este ítem, mientras que en un 21% indican no estar en deuda con la empresa.

En la investigación exploratoria con el personal, indicaron que parte de que se sienten en deuda con la organización es por la oportunidad laboral, la retribución económica, el trato, y el apoyo moral que sienten dentro de la organización.

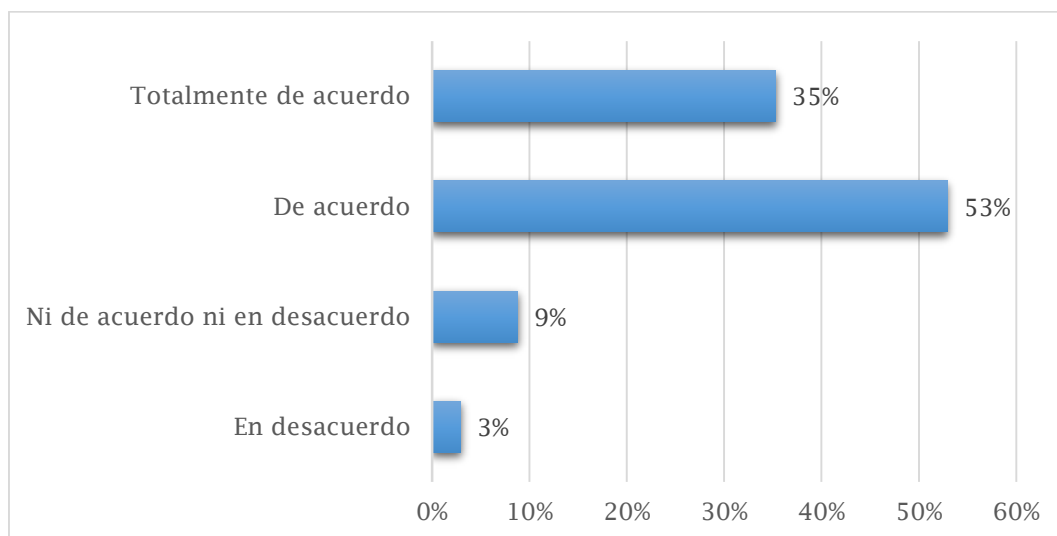


Figura 16. Lealtad

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Se aprecia que un 88% considerable menciona que la empresa merece que sus colaboradores sean leales, mientras que en un 3% difieren con lo dicho anteriormente, Así mismo un 9% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto, la mayoría confirman que la empresa merece su lealtad en todos los aspectos.

Los encuestados manifestaban que la lealtad les nace, desde la percepción humana de los gerentes, quienes son abiertos a recibir opiniones de los colaboradores con el fin de mejorar los procesos, sienten que son escuchados, asimismo debido al cambio que se ha realizado en cuanto al aviso anticipado de las renovaciones de contratos y la prolongación de los mismos ha fortalecido la confianza. Anteriormente las renovaciones solo eran de 1 a 3 meses, a la fecha son de 4 meses, y a los que no se renueva se les va advirtiendo sobre su desempeño.

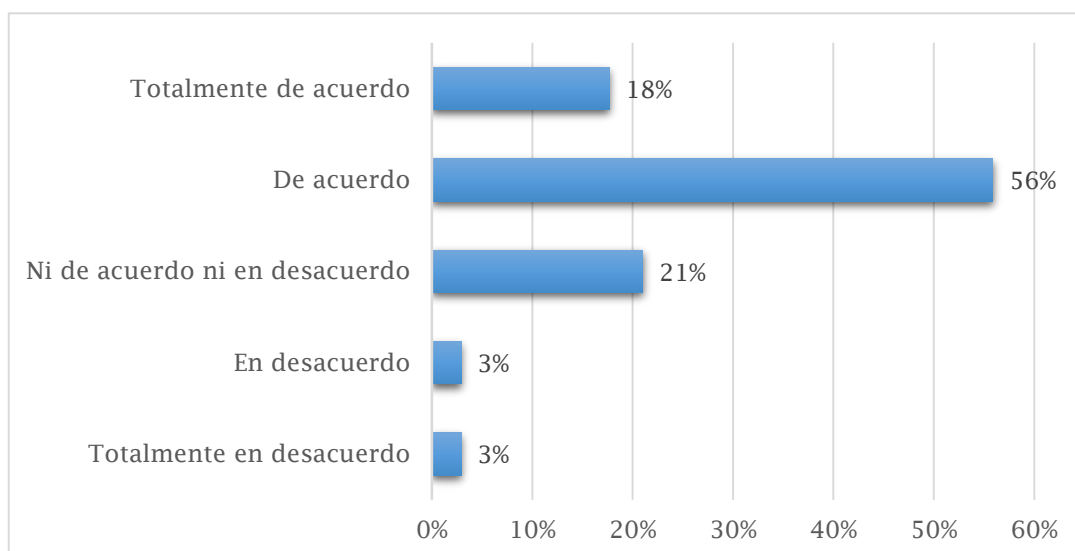


Figura 17. Reciprocidad

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Se aprecia que un 74% menciona que no abandonaría la empresa, mientras que en un 6% que si abandonarían. Así mismo un 20% son indiferentes. En este sentido la mayor parte se siente comprometido y solidario con la organización.

En las entrevistas exploratorias al personal encuestado indicaron que esta pregunta lo relacionan con el hecho de que han conseguido familiarizarse dentro de la organización, provocando el respeto entre compañeros, y esto es debido a las actividades que la empresa viene organizando, como charlas de 5 minutos en cuanto al tema de seguridad y salud ocupacional, trabajos en equipo, agasajos por cumpleaños, integración que existe entre el personal operario y administrativo.

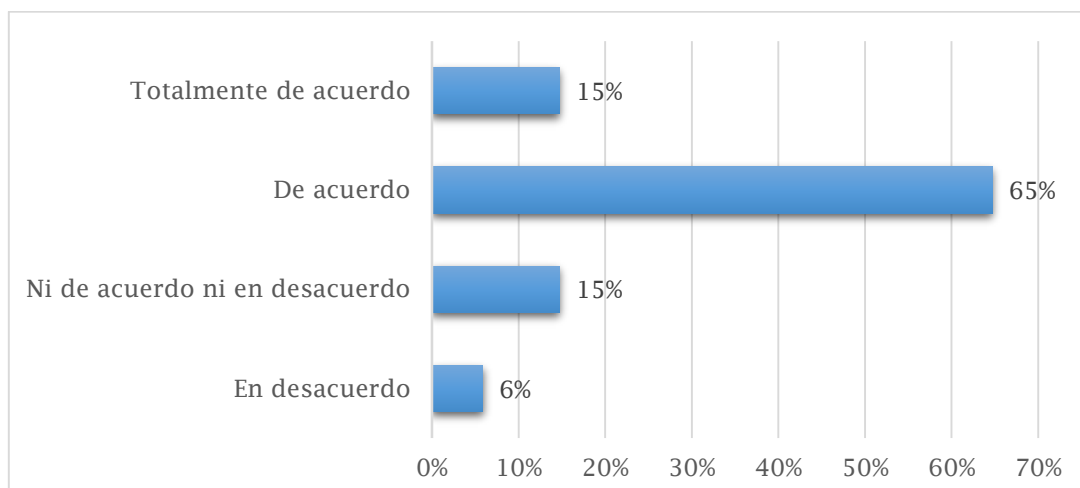


Figura 18. Contribución a los objetivos

Fuente: Encuesta Octubre 2016

Se aprecia que un 80% creen que le deben mucho a la empresa, mientras que en solo un 6% manifiestan lo contrario, y el 15% son indiferentes. Por lo tanto, se evidencia el alto grado de identificación con la organización.

En la consulta exploratoria que se realizó al personal en cuanto a este ítem, manifestaron que gran parte de que sienten que es están comprometidos con la organización es porque durante todo el tiempo ha velado por el cumplimiento de los derechos de los trabajadores, sin necesidad de contar con un sindicato en la zona, asimismo que en momentos de ayuda, la organización ha socorrido en brindar el apoyo necesario, sea con permisos especiales con goce(atención de familiares en hospitales), licencias sin goce para tratar asuntos personales y prestaciones económicas.

V. DISCUSIÓN

En el presente estudio se analizó las propiedades psicométricas de la variable de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (1997), es relevante señalar que el compromiso organizacional de los trabajadores constituye un activo muy importante en las organizaciones en el Perú; sin embargo, las empresas no analizan esta dimensión, puede ser debido a desconocimiento o falta de recursos; sin embargo, en países de gran potencia han desarrollado diversos estudios (Arias, 2001).

El compromiso organizacional es un mecanismo que tiene la Dirección de Recursos Humanos para analizar la lealtad y vinculación de los empleados con su organización, y esta debería ser evaluada periódicamente, para ver el grado de compromiso. En este sentido se propuso a la organización la implementación y aplicación de una encuesta basada en la variable del Compromiso organizacional, dicha variable estuvo compuesta por 18 ítems, el cual nos permitió describir los tipos de compromisos que prevalecen en los colaboradores de la fábrica de tubería.

En los resultados se mostró que un 71% de los colaboradores se sintieron comprometidos con la organización, siendo los ítems más resaltantes en la dimensión de afectividad como el orgullo (ver Figura 1. *Orgullo*), familia (ver Figura 3. *Familia*), solidaridad (ver Figura 4. *Solidaridad*), significancia (ver Figura 5. *Significancia*), felicidad (ver Figura 7. *Felicidad*) mientras que en afiliación (ver Figura 6. *Afiliación*), los colaboradores se mostraron con cierto distanciamiento a la organización. Sin embargo, se puede interpretar en esta dimensión que la mayor parte de los colaboradores tienen un compromiso de adhesión afectiva porque así lo desean y esto se manifiesta con un marcado orgullo de pertenencia de los colaboradores hacia su compañía, se preocupa cuando la empresa está mal y muestra felicidad si le va bien.

Asimismo, la organización debe mejorar la fidelización del 29%, a quienes en una investigación exploratoria manifestaron que gran parte de su falta de compromiso continuo a la organización, se debe a que un grupo de colaboradores sienten que no son retribuidos equitativamente (ver Figura 9. *Conveniencia*), que existen diferentes

salarios y trato entre los colaboradores que son del mismo nivel jerárquico, esto se puede mejorar si se reestructura la homologación de salarios según puestos, implementación de incentivos por efectividad de producción, como sabemos la dimensión de la continuidad es la parte extrínseca. De igual manera se debe velar por el cuidado de una comunicación asertiva entre jefaturas y subordinados, con las intenciones que los objetivos del área sean entendidas por todos los participantes, si se trabaja de la mano con el personal, lograremos colaboradores, eficientes, eficaces y trascendentes. Esto se reflejó en la entrevista exploratoria al jefe de planta quien no concordaba con el resultado de la encuesta, puede ser por el corto periodo que ha laborado con ellos, en vista que asumió el cargo en Julio del 2016.

En la Dimensión normativa, se evidencia una alta obligación de permanecer como miembro de la organización, tal como se explica en las bases teóricas descritas en el segundo capítulo. En este sentido se puede indicar que las actividades que se desarrollan dentro de la organización permiten que los colaboradores interactúen, ya se motivándolos mediante capacitaciones, incentivos y ascensos (ver Figura 13).

Se puede decir que, la empresa ha trabajado en desarrollar la identificación que tienen sus colaboradores hacia la organización, estos ven que pueden seguir contribuyendo con las mejoras continuas, siendo eficientes y cumplir con los objetivos de la empresa ver Figura 14. Intención de abandono, asimismo prevalece sentimiento de culpabilidad (ver Figura 15. , esto se puede asociar al resultado de Emociones (Figura 2. *Emociones*) porque el que quiere abandonar un puesto de trabajo no siente ningún sentimiento hacia ella. En cuanto a la reciprocidad (ver Figura 17. Reciprocidad), esta se puede mejorar si se desarrolla y ejecuta las capacitaciones al personal en cuanto a sus puestos, esto permitirá elevar nivel de concientización del cuidado de los recurso. Asimismo el resultado del “Deber” (ver Figura 18. nos muestra que el 80% se siente identificado con la misión y objetivos de la organización, si analizamos estos ítems nos daremos cuenta que el personal no tiene intención de abandono, por lo tanto el ausentismo y la rotación de personal no debería ser frecuente en dicha organización Se puede mejorar esta parte si se llega a conocer más la vida personal de los colaboradores, porque muchas veces las empresas no saben los

problemas o necesidades que tienen en sus hogares y la relación con el trabajo. En este punto se puede sugerir en realizar un censo de la población para ver el nivel de estatus de vivienda y carga familiar.

VI. CONCLUSIONES

A pesar que es la primera vez que se realizó el análisis de compromiso organizacional en la fábrica de Tuberías, se puede evidenciar que el personal se compromete en su dimensión Afectiva y normativa con una media de “4” y en la dimensión continua con una media de “3” de la escala de Likert (ver anexos). Además, se ha demostrado en este informe que prevalece la parte emocional (afectivo) que se refleja en la Figura 1. *Orgullo* y Figura 2. *Emociones*, la cual presenta significancias con los aspectos del trabajo en sí, contribución personal y el trabajo como reto, que trae como consecuencia que el personal se sienta motivado intrínsecamente con la organización, es decir, buscan aprender el desarrollo del negocio sin necesidad de retribuciones

En cuanto al resultado del compromiso Continuo se puede interpretar que la menor parte se compromete de una manera más extrínseca debido a las retribuciones que recibe o puede aspirar, y esto es debido a los pagos y beneficios que ofrece la organización. Se debe tener en claro que esta dimensión se relaciona con lo que puedo recibir de la organización. Se debe tener en cuenta que de detectarse un alto compromiso de continuidad de los colaboradores en la organización la mayor parte no encuentra otra alternativa, sintiéndose que están sacrificándose, pero no están comprometidos con la empresa, sin embargo, esto se puede mejorar si la empresa define objetivos de incentivos, bonos, reconocimientos y atenciones equitativas por parte de su jefatura.

En la dimensión Normativa se resalta que el sentido de obligación, lealtad, deber, vienen a ser el resultado del trabajo que realiza la organización internamente, es decir, surge la empatía entre jefaturas y colaboradores, pero, este se puede mejorar si la organización emplea mecanismos de capacitaciones en inteligencia emocional, liderazgo, trabajo en equipo, coaching, etc. esto permitiría que las jefatura brinde mayor empoderamiento a los colaboradores para realizar acciones en el trabajo diario, en otras palabras, que sienten que la organización confía en ellos. Los colaboradores que permanecen en su trabajo principalmente debido a un compromiso de este tipo,

ocasionalmente, resienten su sentido de deuda u obligación y aunque este sentimiento no les evita llevar a cabo efectivamente sus deberes, sí podría influir en qué tan buena o mala disposición tengan a la hora de realizarlos

En definitiva, se concluye que los colaboradores de la Fábrica de tuberías se sienten identificados en un 72% con la organización, mientras que un 16% sienten que la organización puede mejorar, y un 17% que no se sienten comprometidos; interpretándose que la organización al ofrecer beneficios, préstamos, capacitaciones que son aceptadas por la mayoría del personal, otra parte sienten que no es suficiente o no es equitativo. Asimismo, se finaliza que la organización se encuentra dentro del compromiso Afectivo y Normativo, debiendo trabajar un poco más en el compromiso Continuo, pudiendo aplicar motivaciones extrínsecas.

VII. RECOMENDACIONES

Para obtener mejores resultados y lograr un nivel de significancia a nivel estadístico efectivo, se recomienda que en los siguientes análisis de este compromiso se incluya a toda la población, es decir personal operativo y administrativo, describiendo el sexo, edad estado civil y tiempo de servicio, quizá se pueda obtener información más desafiante para la organización, como saber si el estado civil, el tipo de contrato influye en el comportamiento y compromiso de los trabajadores. Desde ese punto se puede ir discerniendo al momento de contratar nuevo personal, y evitar rotación del mismo. Se puede relacionar en próximos estudios dentro de la organización la relación del compromiso organizacional con otras variables como evaluación de desempeño, clima laboral, síndrome de Burnout y satisfacción laboral, con la finalidad de correlacionar estos tres campos y qué mejoras se puede realizar.

El compromiso organizacional en su dimensión Afectiva puede llegar a mejorar si se desarrolla la afiliación mediante la mejora de las relaciones interpersonales, la sana convivencia, la comunicación asertiva, analizar el estado emocional de nuestros colaboradores, el manejo del stress laboral.

La organización debe emplear mecanismos que ayuden en fomentar la igualdad o la justa remuneración dentro de los colaboradores, y ello solo se puede hacer si existe una correcta evaluación de desempeño y si esta es comunicada ambas partes (retroalimentación) en donde ambas deben comprometerse a cumplir en capacitaciones necesarias para la aplicación del puesto. Otro aporte, es que antes del vencimiento de contrato, la jefatura debe comunicar anticipadamente al colaborador del motivo por el cual no sería renovado, con ello fomentaríamos la oportunidad de mejora y la toma de conciencia por parte del trabajador.

Mientras que la dimensión normativa, se recomienda a la organización en buscar relacionarse más trascendentalmente con sus colaboradores en reuniones mensuales de trabajo indicando los objetivos logrados, celebrar los éxitos obtenidos, en conocer las necesidades de los trabajadores, asimismo desarrollar las competencias del personal,

es decir, analizar si el personal es competente para el área o realizar su cambio de puesto, con la finalidad de explotar las habilidades y conocimientos encontrados.

El nivel del compromiso organizacional encontrado en esta empresa se puede mejorar si invierte en mejorar las condiciones de infraestructura, comunicación objetiva por parte de las jefaturas, la inter relación entre el área de Recursos Humanos, con visitas domiciliarias, el cual ayudaría en acercar más al trabajador con la organización, es más permitiría a la organización saber si el colaborador tiene doble presencia en su puesto de trabajo (trae y lleva problemas del trabajo a su casa y viceversa) teniendo en cuenta que el capital humano es parte fundamental en la organización, los directivos deberían vincular la lealtad con los empleados, con el fin de cumplir los objetivos empresariales. Asimismo, esta área debería conocer las necesidades primarias, como ejemplo, saber las condiciones de vivienda, salud, y educación, se debe tener en cuenta que un colaborador satisfecho, genera un cliente contento y por ende una empresa rentable.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arciniega, L. (2002). Compromiso organizacional en Mexico: ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta? Dirección Estratégica. *Revista de Negocios del ITAM*, 2(1), 21-23.
- Arciniega, L. (2006). What is the influence of work values relative to other variables in the development of organizational commitment?. *Revista de Psicología Social*, 21(1),35-50.
- Balestrini, M. (2002). *Como se elabora el proyecto de investigación (6ª ed.)*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- Betanzos, N., Andrade P., & Paz F.(2006) Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores Mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las organizaciones*.
- Bishop, J., Scott, K. & Burroughs, S. (2000). Support, commitment, and employee outcomes in a team environment. *Journal of Management*, 1113-1132. Recuperado de <http://ecampus.nmit.ac.nz/moodle/file.php/4599/Talent/Bishop>
- Bóhrt, R., Romero, C. y Diaz, F. (2014). *El compromiso organizacional entre obreros: un estudio en cuatro organizaciones bolivianas*. *Ajayu*, 12(2), 227-245. Recuperado de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v12n2/v12n2a4.pdf>.
- Fischman, D. (2014). Motivación 360° Cómo incrementarla en la vida y en la empresa: ¿Que tan motivada está la gente?¿La motivación tiene relación con los resultados? pp.12.
- Gonzales, T. y Guillen, M. (2008). Organizational Commitment. en proposal for a wider ethical conceptualization of normative commitment. *Journal of Businss Ethics*, 78 (3), 401-414.
- Harel, G. (1999). The effect of human resource management practices on the perceptions of organizational and market performance of the firm. *Human Resource Management* 38(3), 185-200
- Hellriegel, D. & Slocum, J. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: CENAGE LEARNING.

- Hernández, S. y Fernández, R. (2000). *Metodología de Investigación*. México: McGraw Hill
- Loli, A. y. (2007). *Autoestima y compromiso organizacional en trabajadores de una universidad pública de provincia*. *Revista de Investigación en Psicología*, 10(1), 103-108. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v10_n1/pdf/a06.pdf.
- Meyer, J. P. y Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace. Toward a general model. *Human Resource Management Review*, 11 (3). 299-326.
- Meyer, J. P., Hecht, T. D., Gill, H. y Topolnytsky, L. (2010). Person-Organization(culture) fit and employee commitment under conditions of organizational change A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 76(3),458-473
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. y Topolnystsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Meyer, J. y Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resources Management Review*, 1 (1),61-89.
- Montoya, E. M. (2014). *Validación de la escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen en trabajadores de un contact center*. (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/581494>
- O'Reilly, C. y Caldwell, D. (1981). The commitment and job tenure of new employees: some evidence of postdecisional justification. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 26, pp.597-616.
- O'Reilly, C.A., & Chatman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effect of compliance, identification, and internalization on prosocial behaviour. *Journal of Applied Psychology*, N° 71.
- Reicher, A.E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of management review*, 10, 465-476
- Ruiz de Alba, R. (2013). El compromiso organizacional. un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época* (1), 67-86.

Tormo Carbó, G., y Osca Segovia, A. (2011). Antecedentes organizacionales y personales de las intenciones de compartir conocimientos: apoyo, clima y compromiso con la organización. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27(3). Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1576-59622011000300006&lng=es&tlng=es/.

Ventura, C. & Acuña, Y. (2016) *Propuesta de Mejora del nivel de compromiso de los trabajadores en la empresa Ceramicos Lambayeque, Lambayeque, 2015* (Tesis de pregrado, Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). Recuperado de <http://tesis.usar.edu.pe/handle/usat/710>.

ANEXOS

Anexo 01: Escala de Compromiso Organizacional Meyer y Allen

ESCALA DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL MEYER Y

ALLEN

Ficha Técnica

1. Nombre del test : Cuestionario de Compromiso Organizacional.
2. Nombre / Autores : Meyer y Allen
3. Procedencia : Estados Unidos
4. Particularidad : Instrumento de Información Psicológico
5. Objetivo : Conocer el Tipo de Compromiso Organizacional que presentan los individuos con su organización.
6. Estructuración : 03 Componentes (consta de 18 ítems)
 - Componente Afectivo = 7 ítems
 - Componente de Continuidad = 5 ítems
 - Componente Normativo = 6 ítems
- 7. Características del Inventario**
8. Escala Tipo : Likert
9. Respuestas : No existen respuestas buenas ni malas
10. Administración : Individual o colectiva
11. Tiempo : Aproximadamente 15 min.
12. Utilidad : Elaboración de planes de intervención a nivel organizacional.
13. Población : 34 colaboradores
 - Datos normativos : Colaboradores de una empresa industrial de fabricación y comercialización de tuberías en la ciudad de Lambayeque.

Anexo 02: Encuesta para analizar el Compromiso Organizacional basado en el Modelo de Allen y Meyer en una empresa Industrial de tuberías en la ciudad de Lambayeque

Encuesta para analizar el Compromiso Organizacional basado en el Modelo de Allen y Meyer en una empresa Industrial de tuberías en la ciudad de Lambayeque

Indicaciones: Por favor, marca sólo una casilla por cada fila, si marcas más de una daremos por anulada tu respuesta. Si crees que es difícil elegir una sola respuesta, elige la respuesta con la que piensas la mayor parte del tiempo. Toda información que nos proporcione será estrictamente confidencial y anónima.

Totalmente en desacuerdo (1) - En desacuerdo (2) - Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) - De acuerdo (4) - Totalmente de acuerdo (5)

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
Indicadores de la Dimensión Afectiva						
1	Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa					
2	Me siento ligado emocionalmente a mi organización					
3	Me siento como parte de una familia en esta empresa					
4	Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis problemas					
5	Esta empresa significa personalmente mucho para mí					
6	Experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización					
7	Sería feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa					
Indicadores de la Dimensión de Continuidad						
8	Una de las razones principales para seguir trabajando en esta compañía, es porque otra empresa no podría igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí.					
9	Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa.					
10	Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mi empresa, es porque afuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo aquí.					
11	Ahora mismo sería muy duro para mi dejar mi empresa, incluso si quisiera hacerlo					
12	Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa.					
Indicadores de la Dimensión Normativo						
13	Una de las principales razones por las que continuo trabajando en esta empresa es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.					
14	No abandonaría a mi empresa en estos momentos					
15	Estoy en deuda con la organización					
16	Esta organización merece mi lealtad					
17	Ahora mismo no abandonaría mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.					
18	Creo que le debo mucho a esta empresa.					

Anexo 03: Entrevista a la Jefatura

ENTREVISTA A LA JEFATURA

Indicaciones: Por favor, marca sólo una casilla por cada fila, si marcas más de una daremos por anulada tu respuesta. Si crees que es difícil elegir una sola respuesta, elige la respuesta con la que piensas la mayor parte del tiempo. Toda información que nos proporcione será estrictamente confidencial y anónima.

Totalmente en desacuerdo (1) - En desacuerdo (2) - Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
- De acuerdo (4) - Totalmente de acuerdo (5)

Cómo calificaría usted, respecto a sus colaboradores, las siguientes preguntas:

1. ¿Siente que sus colaboradores están orgullosos de la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. ¿Sus colaboradores se sienten ligados emocionalmente a la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. ¿Que forman parte de una familia dentro de la organización

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. ¿Qué toman los problemas de la organización como suyos?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. ¿Se identifican con la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. ¿Tienen un fuerte sentimiento hacia la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. ¿Serían felices de trabajar por mucho más tiempo en la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. ¿Siguen trabajando en esta organización, es porque otra empresa no podría igualar el sueldo y prestaciones que se ofrece en esta empresa?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. ¿Tienen pocas de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. ¿Uno de los motivos principales por los que sus colaboradores siguen trabajando en la empresa, es porque afuera, les resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tienen aquí?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. ¿Para sus colaboradores, ahora mismo, sería muy duro dejar la empresa, incluso si quisieran hacerlo?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. ¿Verían demasiadas cosas interrumpidas en su vida si decidiera dejar ahora la empresa?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. ¿Una de las principales razones por las que continúan trabajando sus colaboradores en esta empresa es porque sienten la obligación moral de permanecer en ella?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. ¿No abandonaría a la empresa en estos momentos?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. ¿Sus colaboradores están en deuda con la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

16. ¿Sienten lealtad a la organización?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. ¿Ahora mismo no abandonarían la empresa, porque se sienten obligados con toda su gente?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18. ¿Le deben mucho a la empresa?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Anexo 04: Tablas

Tabla 2

Las tres Dimensiones del Compromiso en Relación a otros Elementos

Tipo de Compromiso	Características	El individuo	Tipo de Contrato	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 a pertenencia)	Aceptación o sometimiento a los valores de la empresas (incluso pueden ser contratos pero se “aceptan” a cambio del salario)	Desempeño al mínimo Absentismo (físico o psicológico) rotación (o intención de abandono)
Afectivo	Aparecen sentimientos de pertenencia, afecto, alegría	“Quiere” estar en la organización. Enfoque más emocional.	Relacional (vínculo emocional).	Identificación y congruencia entre valores de la persona y de la organización.	Aceptación del cambio Satisfacción laboral Iniciativa Espíritu cooperativo Deseo de permanencia.
Normativo	Lealtad, sentirse de fondo obligado	El individuo está “determinado” a contribuir a los fines de la organización Se desarrolla la firme determinación de ser leal Deber moral (no hace falta que esté presente lo afectivo, aunque si está es de su ayuda)	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 de la organización)	Contribución a los objetivos Implicación con la misión Ayuda al desarrollo de otras personas (más allá de la mera cooperación) Prescriptor de la empresa (deseo de que otros vengan a la empresa.

Fuente: Ruiz De Alba Robledo, José Luis (basado en Gonzales & Guillen, 2008)

Tabla 3 Estadístico de fiabilidad de la sub escala de compromiso afectivo

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.598	.658	7

Tabla 4

Estadístico total-elemento de al sub escala de compromiso afectivo

	Escala de media si el elemento eliminado	Variación de escala si el elemento eliminado	Correlación de la correlación artículo-total corregida	Correlación Múltiple Cuadrada	Alfa de Cronbach si el elemento ha sido eliminado
1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa	23.882	7.865	.305	.411	.568
2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización	24.382	7.213	.516	.395	.513
3. Me siento como parte de una familia en esta empresa	24.088	6.931	.457	.464	.515
4. Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis problemas	24.559	6.254	.421	.243	.516
5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí	24.059	6.784	.450	.412	
6. No experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización	25.206	7.502	.047	.111	.701
7. Sería feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa	23.941	7.633	.263	.213	.576

Tabla 5
Estadísticos de fiabilidad de la sub escala de compromiso de continuidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.831	.831	5

Tabla 6
Estadístico total elemento de la sub escala de compromiso de continuidad

	Escala de media si el elemento eliminado	Variación de escala si el elemento eliminado	Correlación de la correlación artículo-total corregida	Correlación Múltiple Cuadrada	Alfa de Cronbach si el elemento ha sido eliminado
1. Una de las razones principales para seguir trabajando en esta compañía, es porque otra empresa no podría igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí.	13.35	14.296	.594	.398	.807
2. Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa.	13.82	15.180	.550	.419	.818
3. Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mi empresa, es porque afuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo aquí.	13.38	13.698	.617	.475	.802
4. Ahora mismo sería muy duro para mi dejar mi empresa, incluso si quisiera hacerlo	13.26	13.352	.720	.690	.771
5. Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa.	13.35	14.175	.673	.662	.786

Fuente: encuesta octubre-elaboración propio.

Tabla 7

Estadístico de fiabilidad de la sub escala de compromiso normativo

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.599	.640	6

Tabla 8

Estadísticos total-elemento de la sub escala de compromiso normativo

	Escala de media si el elemento eliminado	Variación de escala si el elemento eliminado	Correlación de la correlación artículo-total corregida	Correlación Múltiple Cuadrada	Alfa de Cronbach si el elemento ha sido eliminado
1. Una de las principales razones por las que continúo trabajando en esta empresa es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.	19.32	8.468	.085	.035	.670
2. No abandonarí a mi empresa en estos momentos	18.82	7.422	.436	.529	.514
3. Estoy en deuda con la organización	19.53	6.681	.345	.431	.557
4. Esta organización merece mi lealtad	18.68	7.983	.401	.363	.536
5. Ahora mismo no abandonarí mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.	19.06	8.057	.274	.489	.577
6. Creo que le debo mucho a esta empresa.	19.00	7.152	.637	.484	.453

Fuente: Encuesta octubre 2016

Tabla 9

Consolidado de encuesta y resultados

Dimensión	Escala	1		2		3		4		5		Media	Alfa de Cronbach	Media
	Consulta	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Afectividad	1. Estoy orgulloso de pertenecer a esta empresa					1	3	16	47	17	50	4	0.60	4
	2. Me siento ligado emocionalmente a mi organización			1	3	3	9	26	76	4	12	4		
	3. Me siento como parte de una familia en esta empresa					5	15	15	44	14	41	4		
	4. Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis problemas	1	3	2	6	7	21	17	50	7	21	4		
	5. Esta empresa significa personalmente mucho para mí			1	3	3	9	15	44	15	44	4		
	6. Experimento un fuerte sentimiento hacia mi organización	1	3	11	32	10	29	6	18	6	18	3		
	7. Sería feliz de trabajar por mucho más tiempo en esta empresa.			1	3	1	3	15	44	17	50	4		
Continuidad	8. Una de las razones principales para seguir trabajando en esta compañía, es porque otra empresa no podría igualar el sueldo y prestaciones que tengo aquí.	4	12	3	9	6	18	16	47	5	15	3	0.83	3
	9. Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta empresa.	3	9	10	29	8	24	11	32	2	6	3		
	10. Uno de los motivos principales por los que sigo trabajando en mi empresa, es porque afuera, me resultaría difícil	5	15	3	9	4	12	17	50	5	15	3		

	conseguir un trabajo como el que tengo aquí.													
	11. Ahora mismo sería muy duro para mi dejar mi empresa, incluso si quisiera hacerlo.	4	12	2	6	6	18	16	47	6	18	4		
	12. Demasiadas cosas en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi empresa.	3	9	3	9	9	26	14	41	5	15	3		
Normativo	13. Una de las principales razones por las que continúo trabajando en esta empresa es porque siento la obligación moral de permanecer en ella.	3	9	2	6	6	18	19	56	4	12	4	0.60	4
	14. No abandonaría a mi empresa en estos momentos.	1	3			5	15	18	53	10	29	4		
	15. Estoy en deuda con la organización.	4	12	3	9	8	24	15	44	4	12	3		
	16. Esta organización merece mi lealtad.			1	3	3	9	18	53	12	35	4		
	17. Ahora mismo no abandonaría mi empresa, porque me siento obligado con toda su gente.	1	3	1	3	7	21	19	56	6	18	4		
	18. Creo que le debo mucho a esta empresa.			2	6	5	15	22	65	5	15	4		