

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



**DIAGNÓSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE
LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA
OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2016**

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

AUTOR:

Martinez Melendez, Jesús Aldair

CHICLAYO, 21 de diciembre de 2018

INFORMACIÓN GENERAL

1. Facultad y Escuela:

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración de Empresas

2. Título del Informe de tesis:

Diagnóstico del compromiso organizacional de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, 2016

3. Autor(a) y firma:

Jesús Aldair Martínez Melendez

4. Asesor(a) y firma:

Rafael Camilo Girón Córdova

5. Línea de investigación:

Emprendimiento e innovación empresarial con responsabilidad social

6. Fecha de presentación:

21 de diciembre de 2018

**DIAGNÓSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE
LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA
OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2016**

PRESENTADA POR:

MARTINEZ MELENDEZ, JESÚS ALDAIR

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:

Lic. Valeria Tamara Llontop Hernández

PRESIDENTE

Mgtr. Carlos Martín Mares Ruíz

SECRETARIO

Mgtr. Rafael Camilo Girón Córdova

ASESOR

CHICLAYO, 21 de diciembre de 2018

DEDICATORIA

A DIOS, por darme la oportunidad de culminar otra etapa académica con éxito al lado de mi familia, y guiar mis pasos

A MIS PADRES, quienes son lo más importante en mi vida, ya que gracias a ellos soy lo que soy, ofreciéndome siempre su cariño y su comprensión, además de haberme brindado su fortaleza para seguir con mis objetivos propuestos.

A MIS HERMANAS, quienes me ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino, siendo un apoyo incondicional durante mi carrera; y así alcanzar los objetivos que me he propuesto

Y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de esta investigación.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser mi guía incondicional, por fortalecerme e iluminarme para seguir adelante en mis objetivos.

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por prepararme para un futuro competitivo y por brindarme los conocimientos necesarios que me han permitido crecer a nivel profesional y personal a lo largo de mi carrera

A MIS PADRES, por el esfuerzo que ellos han realizado por mí, por ser mi apoyo moral, social y económico, y están a mi lado animándome siempre para seguir adelante y alcanzar mis objetivos, además de formarme con valores éticos

A MIS HERMANAS, quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado, creyendo en mí en todo momento y no dudaron de mis capacidades y habilidades.

A mi asesor Rafael Camilo Girón Córdova, por su paciencia y su dedicación, por proporcionarme los conocimientos necesarios para desarrollar esta investigación; por lo que el éxito de esta también le pertenece.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general realizar un diagnóstico del compromiso organizacional de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, en el año 2016, esta investigación fue descriptiva, de diseño no experimental y corte transversal. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), para la cual se utiliza una escala tipo Likert y está conformada por 18 afirmaciones o ítems; aplicada una muestra de 248 distribuidores independientes, los cuales se dividirá proporcionalmente a la población entre hombres y mujeres, utilizando un muestreo probabilístico.

Los resultados de este trabajo de investigación mostraron que el 55.65% de distribuidores independientes de la empresa Omnilife se encuentra en un nivel medio o promedio, por tanto, se determina que la mayoría de la población estudiada encuentra comprometida con la organización, Además, de obtener resultados en distintos niveles con respecto a las tres dimensiones que posee la variable analizada; en el siguiente orden, primero el compromiso afectivo, seguido del compromiso normativo y por último el compromiso continuo, con valores de 4.80, 4.52 y 4.31 respectivamente.

Palabras Clave: Compromiso organizacional, talento humano, modelo de Meyer y Allen, distribuidor independiente.

Clasificaciones JEL: M10, M12, M53, M54.

ABSTRACT

This research work had as a general objective to perform a diagnosis of organizational commitment independent distributors of the company Omnilife in the city of Chiclayo, in 2016, this research was descriptive, non-experimental design and cross-sectional. For data collection, the organizational commitment questionnaire of Meyer and Allen (1997) is used, for which a Likert-type escalation is used and consists of 18 statements or items; A sample of 248 independent distributors, which are divided proportionally to the population between men and women, using a probabilistic sampling.

The results of this research showed that 55.65% of independent distributors of the company Omnilife is at a medium or average level, therefore, it is determined that the majority of the studied population is committed to the organization. results at different levels with respect to the three dimensions that the variable analyzed has; in the following order, first the affective commitment, followed by the normative commitment and finally the continuous commitment, with values of 4.80, 4.52 and 4.31 respectively.

Keywords: Engagement, Meyer and Allen Model, Independent Distributor, Multilevel Marketing.

JEL Classifications: M10, M12, M53. M54.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
I. INTRODUCCIÓN	13
II. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.2. Bases teóricas-científicas.....	20
2.2.1. Definición de Compromiso organizacional.....	21
2.2.2. Historia del Compromiso organizacional	22
Modelo de Steers (1977).....	23
Modelo de Mowday, Porter y Steers (1982).....	24
Modelo de Mathieu y Zajac (1990)	24
Modelo de Tres Componentes de Meyer y Allen (1991 – 1993 – 1997).....	26
2.2.3. Dimensiones del compromiso organizacional.....	30
Compromiso Afectivo	31
Compromiso Continuo	32
Compromiso Normativo.....	33
2.2.4. Importancia del compromiso organizacional.....	36
2.2.5. Factores que influyen en el compromiso organizacional.....	37
III. METODOLOGÍA.....	41
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	41
3.2. Diseño de investigación	41

3.3. Población, muestreo y muestra	42
3.4. Criterios de selección	43
3.5. Operacionalización de variables	44
3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	45
3.7. Procedimientos.....	50
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	51
3.9. Matriz de consistencia	53
3.10. Consideraciones éticas.....	54
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	55
V. CONCLUSIONES	76
VI. RECOMENDACIONES	79
VI. LISTA DE REFERENCIAS	80
VII. ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. DIMENSIONES Y FASES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL	31
TABLA N° 2. COMPONENTES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL	34
TABLA N° 3. CARACTERÍSTICAS DE LOS TIPOS DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL	35
TABLA N° 4. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL.....	44
TABLA N° 5. FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL.....	46
TABLA N° 6. ÍTEMS SEGÚN EL TIPO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL	47
TABLA N° 7. ESCALA DE RESPUESTA PARA EL INSTRUMENTO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL ..	47
TABLA N° 8. ÍTEMS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL INSTRUMENTO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL	48
TABLA N° 9. ESCALA DE RESPUESTA PARA EL INSTRUMENTO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL PATA LOS ÍTEMS NEGATIVOS.....	48
TABLA N° 10. PUNTUACIONES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL.....	48
TABLA N° 11. ALFA DE CRONBACH DEL CUESTIONARIO PILOTO.....	50
TABLA N° 12. ALFA DE CRONBACH DEL CUESTIONARIO DE LA MUESTRA	51
TABLA N° 13. MATRIZ DE CONSISTENCIA	53
TABLA N° 14. RANGO DE NIVEL DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL.....	55
TABLA N° 15. RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES QUE CONFORMAN LA VARIABLE COMPROMISO ORGANIZACIONAL	58
TABLA N° 16. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL SEXO DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	62
TABLA N° 17. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA EDAD DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	63
TABLA N° 18. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL ESTADO CIVIL DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	65
TABLA N° 19. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA CARGA FAMILIAR DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	66
TABLA N° 20. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	68
TABLA N° 21. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA ANTIGÜEDAD LABORAL DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	70

TABLA N° 22. COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL NIVEL ALCANZADO DEL DISTRIBUIDOR

INDEPENDIENTE DE OMNILIFE..... 72

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. MODELO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE STEERS (1977)	23
FIGURA N° 2. MODELO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE MATHIEU Y ZAJAC (1990)	25
FIGURA N° 3. MODELO DE LOS TRES COMPONENTES DE MEYER Y ALLEN (1991)	27
FIGURA N° 4. MODELO MULTIDIMENSIONAL DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE MEYER Y ALLEN (1997).....	28
FIGURA N° 5. MODELO DE TRES DIMENSIONES MEYER, STANLEY, HERCOVITCH Y TOPOINYSKY (2002).....	29
FIGURA N° 6. COMPROMISO ORGANIZACIONAL, SUS PREDICTORES Y COMPONENTES.	34
FIGURA N° 7. ANTECEDENTES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL, SEGÚN DECOTTIS & SUMMERS (1987).....	38
FIGURA N° 8. EMPRESAS ASOCIADAS A LA CÁMARA PERUANA DE VENTA DIRECTA (CAPEVEDI).....	56
FIGURA N° 9. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA OMNILIFE.....	57
FIGURA N° 10. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA DE LAS DIMENSIONES DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL, SEGÚN SU MEDIA.....	58
FIGURA N° 11. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL SEXO DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	62
FIGURA N° 12. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA EDAD DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	64
FIGURA N° 13. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL ESTADO CIVIL DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	66
FIGURA N° 14. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA CARGA FAMILIAR DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	67
FIGURA N° 15. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	69
FIGURA N° 16. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN LA ANTIGÜEDAD LABORAL DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	71
FIGURA N° 17. NIVEL DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL SEGÚN EL NIVEL ALCANZADO DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE	72
FIGURA N° 18. EVOLUCIÓN NATURAL DEL DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE OMNILIFE.....	73

I. INTRODUCCIÓN

El talento humano es la pieza clave para lograr el desarrollo y el cambio dentro de las organizaciones, es por ello que actualmente el estudio del compromiso de los trabajadores se ha convertido en uno de los fenómenos más estudiados en los últimos años; esto debido a que los directivos se han dado cuenta que para lograr ventajas competitivas es indispensable contar con personas identificadas con los objetivos que posee la empresa (Paulin & Quintero, 2006).

El enfoque actual de las organizaciones es considerar a los empleados como socios de las mismas, ya que estos son los que le dan vida y dinamismo; la mayoría de organizaciones tienen como propósito fundamental, alcanzar el éxito y ser altamente competitivas para tener el mejor posicionamiento en el mercado, se toma en cuenta que el recurso humano es de vital importancia para el logro de los objetivos organizacionales.

En la actualidad el compromiso de las personas con la organización es primordial, debido a que es uno de los mecanismos que tiene la dirección de recursos humanos para analizar tanto la lealtad y vinculación de los empleados con la organización; para hablar de compromiso organizacional, es necesario conocer su definición referente a qué es y todos los elementos que lo componen; como afirman Mowday, Steers y Porter (citados por Ramos, 2005) es la fuerza de identificación de un individuo con una organización en particular y de su participación en la misma. Por tanto, es importante para las organizaciones conocer no sólo el grado de compromiso de sus miembros, sino también que dimensiones del compromiso sobresalen, ya que el compromiso organizacional ha podido predecir con mayor certidumbre el buen desempeño de un colaborador.

Por más de 20 años, la empresa mexicana Omnilife, se ha desempeñado como una reconocida empresa en la industria de venta directa, comercializando suplementos alimenticios y productos de cuidado personal, convirtiéndose en una de las importantes empresas en su rubro; cualquier persona sin importar su nivel sociodemográfico, económico o cultural puede tomar y desarrollar el negocio que ofrece Omnilife, aquel que elige desarrollar esta actividad tiene un potencial de crecimiento ilimitado, esto

debido a que el nivel de ganancias es directamente proporcional al nivel de esfuerzo de cada distribuidor independiente, permitiendo a las personas llevar a cabo sus actividades comerciales en un horario flexible determinado por ellos mismos, así como también la ventaja de poder construir su propio negocio.

Beas (2007), menciona que el marketing multinivel da la alternativa o ventaja de recibir un ingreso extra, para lo cual no se requiere de una inversión considerable y se maneja de una manera independiente, ofreciendo productos para la comercialización mediante un sistema de venta directa, en la cual se realiza evitando la tradicional intermediación que va agregando valor de los productos hasta llegar al consumidor final, de allí que sea una venta directa, existe un costo y un porcentaje de ganancia para distribuir entre los vendedores.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que los distribuidores independientes son considerados parte de la empresa, pero no organizativamente forman parte de ella. Por lo que surge la pregunta ¿Cómo es que existe un compromiso hacia una empresa con un modelo multinivel o no tradicional?, teniendo en cuenta que muchos de ellos tienen a Omnilife como su principal generadora de ingresos.

Actualmente, la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, se observó la salida de una cantidad considerable de distribuidores de la empresa; esto surge a raíz de una serie de causas, como el ingreso de nuevas empresas con el mismo modelo y tipo de productos que posee Omnilife, iniciando que muchos de ellos migren a muchas de ellas, queriendo poseer mejores beneficios; por lo cual el contrato de inscripción que realizaron con la empresa Omnilife debe ser cancelado, esto por política de la empresa; por otro lado, algunos de ellos se ausentan y no completan sus compras anuales que deben realizar para mantener su código activo ya sea para consumo propio o por negocio, por lo que pasan a desactivarse por inactividad en la empresa. Además, la estrepitosa salida de quien fuera directora ejecutiva de la empresa, quien fuera acusada de fraude, lo cual llevo que la empresa presente diversos problemas económicos, como de imagen corporativa. Además, el cambio que ha sufrido la empresa, tras el anuncio de la implementación de un nuevo sistema de compensaciones de pago para los distribuidores independientes que empezó a partir de febrero del 2016; este a su vez tuvo

varias modificaciones en todo el año debido a lo confuso para algunos de los distribuidores, por lo que a finales del año 2017 se combinan los dos antiguos sistemas de compensación que ha tenido la empresa; lo cual genera actitudes negativas en el ambiente de trabajo, afectando a la empresa.

Al analizar la situación problemática que atraviesan la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, conocer el grado de compromiso organizacional ayudaría a la empresa a implementar estrategias, las cuales servirían para evitar los frecuentes problemas como la alta rotación de distribuidores independientes y la dificultad de alcanzar las metas deseadas; además de ayudar en la mejora de la satisfacción y el desempeño de los distribuidores, permitiendo de esta manera que se incrementen los niveles de productividad y por ende que la rentabilidad de la compañía mejore.

Por lo expuesto, el problema principal fue ¿Cuál es el nivel de compromiso organizacional en los distribuidores independientes de la empresa multinivel Omnilife en la ciudad de Chiclayo?, por las razones expuestas con anterioridad, la presente investigación tuvo como objetivo general realizar un diagnóstico del compromiso organizacional de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo; para lo cual se establecieron cuatro objetivos específicos, el primero es identificar el nivel del compromiso afectivo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, el segundo es identificar el nivel del compromiso continuo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, el tercero es identificar el nivel del compromiso normativo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, y por último determinar la relación compromiso organizacional con los factores sociodemográficos de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo; estos ayudaran a responder al problema de investigación.

Partiendo del problema, se desea analizar el problema a raíz de que es trascendental para el desarrollo de la empresa en tiempos que se quiere mejorar sustantivamente la calidad de servicio cuyo actor preponderante para ello, es el distribuidor independiente, pues el hecho de trabajar en una empresa con un modelo no tradicional desencadena una serie de riesgo para esta.

Por ello, esta investigación permitirá a nivel teórico, brindar conocimientos, definiciones y características sobre compromiso organizacional, elemento imprescindible en una organización para que el potencial humano y por ende toda la empresa vaya por buen rumbo y miren a una misma dirección, ya que son hoy en día, las empresas con este tipo de modelo son las que están predominando en el mercado y sin su principal fuente generador de ingresos (distribuidores independientes) no durarán en el mercado. A nivel práctico, este trabajo permitirá desarrollar programas preventivos y/o de recuperación de los distribuidores por parte de la empresa, dirigida a optimizar su calidad de trabajo, debido a que la relación de los distribuidores independientes con los clientes se basa en la confianza.

Finalmente, esta investigación está estructurada presentando un marco teórico basado en el Modelo de Meyer y Allen (1997), en donde se utilizó el instrumento formulado por estos autores, el cual está adaptado a la realidad de la investigación que se llevó a cabo en la ciudad de Chiclayo, además se emplearon herramientas para la presentación de los resultados y discusión, aportando para el mejoramiento del problema, y culmina con las recomendaciones y conclusiones que llevo a cabo la investigación.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Hasta el momento las investigaciones referidas al compromiso organizacional han arrojado diversas aceptaciones del término, las cuales se pueden resumir a continuación:

Para Omar & Florencia (2008), en su investigación “VALORES PERSONALES Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL”, la cual se realizó a una muestra integrada por 429 empleados de empresas argentinas, los cuales completaron una hoja de datos personales, y el instrumento utilizado fue el Cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), el cual estuvo conformado por un total de 18 items con formato Likert. Asimismo, los resultados mostraron que las mujeres desarrollan mayor nivel de compromiso afectivo, además que los empleados con mayor antigüedad exhiben mayores niveles de compromiso afectivo y normativo; por su parte quienes ocupan cargos gerenciales se sienten unidos a sus organizaciones a través del compromiso normativo,

Según Ríos, Del Rayo & Ferrer (2009), en su investigación “EL EMPOWERMENT COMO PREDICTOR DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LAS PYMES”, la finalidad de esta investigación es establecer el nivel de influencia del empowerment que experimentan los colaboradores con respecto al compromiso organizacional, para lo cual se utilizó la escala propuesta por Spreitzer (1995) el modelo generado con base en la descripción del empowerment en cuatro dimensiones (significado, competencia, autodeterminación e impacto), por otro lado, para el compromiso organizacional se seleccionó el modelo de Meyer y Allen (1997) porque sus tres dimensiones (compromiso continuo, normativo y afectivo) permiten explicar de mejor manera los sentimientos que desarrolla el colaborador con respecto de la organización. Para validar el modelo propuesto, a partir de los resultados obtenidos en otros países, se administró una encuesta a 147 participantes de seis Pymes localizadas en el municipio de Celaya, Guanajuato, México, estas empresas pertenecen a los sectores de servicios, comercio y producción. Los resultados confirman las hipótesis planteadas en el

sentido de que el empowerment es un predictor del compromiso organizacional, por otro lado, el análisis permite establecer que las dimensiones del empowerment trascienden únicamente sobre la dimensión de compromiso afectivo. Asimismo, es importante señalar que los resultados se ven afectados por el factor de la edad de los colaboradores, independientemente de la organización.

Según Núñez & Solano (2008), en su investigación “RELACIÓN ENTRE COMPENSACIÓN TOTAL Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL, ESTUDIO DE CASO: EMPRESA DEL SECTOR RETAIL” en la cual se utilizó un instrumento el cual está destinado a medir nivel de la variable compromiso organizacional para lo cual se utilizó el cuestionario desarrollado por Meyer y Allen (1997), además de la construcción de un instrumento con opción de respuesta de selección múltiple el cual incluye una lista de elementos que ayudaron a analizar cuáles son los componentes de la compensación total que los individuos consideraban que podían ser influyentes sobre su nivel de compromiso organizacional en los trabajadores de la empresa comercializadora; en la cual se tiene como resultado que el nivel general de compromiso organizacional se encuentra en un rango medio dentro de la escala que lo mide, esto debido a que los trabajadores han desarrollado actitudes favorables hacia la organización, caracterizadas por una mediana identificación de los trabajadores con su misión y visión, así como también un nivel medio de involucramiento, lealtad, sentido de obligación y la asociación de ciertos costos a dejar la organización; por otro lado la compensación total más influyente fue el salario en esa materia de compensación directa y oportunidades de desarrollo de carrera como elemento influyente de la compensación indirecta, además se obtiene un resultado muy importante a considerar, que es el bajo compromiso de las personas que se encargan de atender al público.

Según Pérez (2013), en su investigación “RELACIÓN DEL GRADO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN PROFESIONALES DE LA SALUD DE UN HOSPITAL PÚBLICO”, el cual tiene como objeto de estudio a profesionales de la salud (médicos y enfermeras) que laboran en hospital público de Ciudad Victoria, Tamaulipas, de diferentes condiciones de

seguridad laboral (base y suplencia), puestos, turnos (matutino y vespertino) y antigüedad. Por lo cual se empleó el Cuestionario de compromiso organizacional desarrollado por Meyer y Allen, el cual consta de 18 reactivos para medir el compromiso, a través de tres componentes diferentes (compromiso afectivo, compromiso de continuidad y compromiso normativo), por otro lado se aplicó la cédula de evaluación del desempeño para el personal médico y para el personal de enfermería, siendo estos desarrollados por el Comité nacional de estímulos a la calidad del desempeño del personal de salud (2012). A través del análisis de los resultados, se detectó un amplio porcentaje de profesionales de la salud con baja necesidad de permanecer en la institución, así como un mínimo sentimiento de obligación hacia el cumplimiento de las normas institucionales, lo cual se refleja en el ausentismo, rotación interna o externa del personal, así como en la falta de apego a las normas o reglas que rigen en la institución. Sin embargo, existen relaciones que permiten entender con mayor facilidad la problemática, se manifestó una relación positiva significativa entre el compromiso normativo, el desempeño y la capacitación de los médicos, así como, una relación negativa entre el compromiso organizacional, las aptitudes y la calidad técnica y atención médica en las enfermeras.

Por otro lado, en la investigación "COMPROMISO DEL TRABAJADOR HACIA SU ORGANIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL: UN ANÁLISIS DE GÉNERO Y EDAD", Chiang et al (2010), la cual tuvo como objetivo conocer y analizar la relación existente entre estos dos constructos, comparándolos según género y edad, para lo cual se realizó un estudio empírico transversal a aplicando cuestionarios para compromiso del trabajador de Meyer y Allen (1997) y clima organizacional de Chiang et al. (2008), en donde los resultados muestran que tanto varones como mujeres presentan un alto nivel de compromiso organizacional, donde el factor principal para las mujeres era la presión por el trabajo, mientras que los varones el factor era el sentirse reconocidos por su trabajo, con lo que concierne al compromiso y clima organizacional, no hay diferencias importantes entre ambos géneros y tampoco se presentan al segmentar por edad, en ambas muestras en el segmento con más de 40 años, aumenta el compromiso con la organización en los factores afectivo y normativo a un nivel

alto; por lo que se concluye que si las personas son generadoras de los resultados organizacionales, entonces los empleados comprometidos constituyen una ventaja competitiva.

Así también, en la investigación "COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN UNA MUESTRA DE TRABAJADORES MEXICANOS", Betanzos, Andrade & Paz (2006), muestran que el compromiso organizacional es un constructor de gran importancia no solo para los psicólogos, sino también para aquellas personas involucradas con el recurso humano de las organizaciones, la investigación adoptó una posición integradora ante las diferentes perspectivas de estudio para determinar si la aplicación de los instrumentos más utilizados permite hacer evidente las dimensiones que engloban este constructo, por ello se aplicó el Cuestionario OCQ de Mowday, Steers y Porter (1892) y el Cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), en una muestra de 233 trabajadores tanto de una organización pública, como de una privada; en donde se muestran cuatro dimensiones: identificación - implicación, compromiso afectivo, compromiso continuo (falta de alternativas) y compromiso normativo. Por lo que ambos cuestionarios aplicados en forma conjunta mejoran la medición del compromiso organizacional, ya que en este estudio no se ha considerado un aspecto que pudo haber influido en los resultados y que se manifiesta en que los empleados aportan respuestas socialmente adecuadas para no quedar mal en su empresa

2.2. Bases teóricas-científicas

El compromiso organizacional probablemente es un mejor predictor de desempeño y contribución del capital humano, pues es una respuesta más global y duradera a la organización como un todo, que la satisfacción en el puesto. Un empleado puede estar insatisfecho con un puesto determinado, pero considerarlo una situación temporal y, sin embargo, no sentirse insatisfecho con la organización como un todo. Pero cuando la insatisfacción se extiende a la organización, es muy probable que los individuos consideren la renuncia (Robbins, 2009).

2.2.1. Definición de compromiso organizacional

En primer lugar, tratar de definir qué se entiende por compromiso organizacional, y a la vista de los distintos trabajos sobre el tema no es fácil, esto debido a como lo definen Meyer & Allen (1991), el compromiso organizacional es un estado psicológico que caracteriza la relación de los empleados con la organización a la que pertenecen.

A su vez Meyer & Allen (citados por Cabrera & Urbiola, 2012), notaron que las diversas definiciones de esta variable manifiestan tres amplios temas: el compromiso visto como reflejo de una orientación afectiva hacia la organización, como un reconocimiento a los costos asociados con dejar la organización, y como una obligación moral de permanecer en la organización.

El término compromiso organizacional tiene varias acepciones para diversos autores, mientras que algunos proponen similares significados como es el caso de Robbins (2009), quien define el compromiso organizacional como un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos, para mantener la pertenencia a la organización.

Para Arias (2001) define el compromiso organizacional como la fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización, es decir que se caracteriza por la identificación que el empleado establece con el plan estratégico de la organización, es decir con sus metas, objetivos, misión y visión; teniendo como resultado el deseo del empleado por seguir participando en ella.

Para Pintado (2011): indica que el “compromiso es el nivel en que un trabajador se identifica con la organización y desea seguir participando activamente en ella, lo cual es un indicador de la disposición del empleado a quedarse con una organización en el futuro, ya que en ella satisface sus expectativas” (p. 290).

Para Peralta, Santofimio & Segura (2007), el concepto de compromiso laboral se identifica en las empresas como el vínculo de lealtad o membresía por el cual el trabajador desea permanecer en la organización, debido a su motivación implícita, esto se centra en una actitud que presenta el trabajador hacia el trabajo, la cual es algo más amplio que la misma satisfacción, y se caracteriza por aceptar las metas y valores de la organización, realizar un esfuerzo importante en beneficio de la organización y tener el deseo de mantenerse dentro de la empresa.

En cambio, Acuña & Ventura (2016), mencionan “el compromiso organización es una actitud hacia el trabajo más amplia que la satisfacción, porque se aplica a toda la organización y no solo al trabajo” (p. 11), además poseer un alto grado de compromiso se manifiesta a través de su disposición a realizar un esfuerzo en beneficio de la organización, el deseo de mantenerse dentro de la organización y de la aceptación de las metas y valores de la organización.

No resulta fácil conceptualizar la variable compromiso organizacional, debido que hoy en día existen diversos estudios sobre este, Sin embargo, se puede concluir que el compromiso organizacional es la sensación de identificación, participación y lealtad que expresa una persona hacia una organización, es decir es el esfuerzo que realiza un empleado para sentirse y formar parte de su empresa y lograr así sus metas; esto tras realizar una exhaustiva revisión de trabajos sobre el tema indican que las diferentes medidas y definiciones del término tienen en común el considerar que es un vínculo o lazo del individuo con la organización.

En consecuencia, esta es una actitud clave relacionada con el trabajo y de un considerable interés, asimismo, desde el punto de vista empresarial es importante su capacidad de influir sobre el comportamiento de los empleados y el impacto que tiene en la organización.

2.2.2. Historia del compromiso organizacional

El carácter multidisciplinar del compromiso organizacional, ha contribuido a que haya sido medido y estudiado de forma muy variada a lo largo de los años,

que, si bien es motivo de enriquecimiento de diversas teorías, también es lo que ha dificultado el consenso sobre su significado entre los investigadores.

Modelo de Steers (1977)

Steers (Citado por Bentazos, 2007) se enfoca en explicar el compromiso organizacional desde un punto meramente actitudinal, esto debido a que se basa de tres factores que explican dicha variable como los Factores Personales, lo cual define al individuo como su edad, educación, intereses, entre otros; así mismo los Factores del Trabajo como la variedad de tareas que realiza, la oportunidad de interacción social, la autonomía y la retroalimentación; y finalmente los Factores de las Experiencias en el Trabajo, que influyen al empleado durante su estancia en la organización. Por otra parte, también toma en consideración variables como el desarrollo del empleado y su deseo e intento de permanecer en la empresa. Además, afirma que las personas ingresan a una empresa con necesidades, deseos y habilidades, en donde esperan estar en un ambiente que llegue a satisfacer sus necesidades, así como también llegar a desarrollar sus habilidades y cumplir sus deseos.

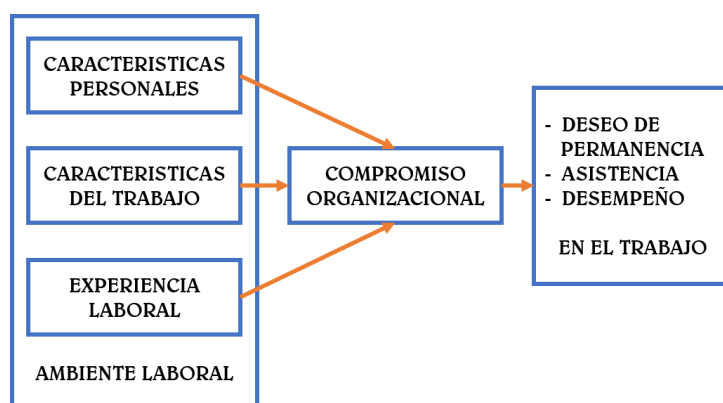


Figura N° 1. Modelo de compromiso organizacional de Steers (1977)

Fuente: Betanzos (2007).

En definitiva, Steers expresa que, si a los trabajadores se les llega a proporcionar un entorno con estas cualidades, el compromiso de estos se incrementará; debido a que involucraría con las metas que posee la organización, manteniendo una buena actitud hacia el trabajo, se evidenciaría un alto deseo de permanencia.

Modelo de Mowday, Porter y Steers (1982)

El modelo establecido por Mowday, Porter y Steers es el más difundido con lo que respecta a la manera actitudinal de los empleados, para estos investigadores el compromiso es unidimensional y establece la relación que existe entre el trabajador con la organización.

Según Mowday et al., (Citado por Bentazos, 2007), afirma que existen tres etapas en el desarrollo y establecimiento del compromiso de los empleados.

La primera etapa la Anticipación, se refiere a aquella donde el nuevo empleado quiere comprometerse con la organización, la cual incluye aspectos relacionados con la formación del compromiso que son las experiencias previas del candidato con la organización, sus creencias anticipadas que la persona tiene sobre el trabajo y las circunstancias que condicionan su decisión de ingresar como empleado a una determinada empresa.

La segunda etapa es la iniciación, la cual ocurre en los meses posteriores al ingreso a la empresa, y durante ella surge en la persona un compromiso temprano, es aquí donde la socialización del empleado constituye un factor fundamental para el desarrollo de expectativas, actitudes y conductas futuras comprometidas.

La última etapa el establecimiento, la cual se caracteriza porque el nivel de compromiso se fortalece y se afianza con el paso del tiempo, en esta última etapa resulta importante la antigüedad del empleado en la organización, las aportaciones realizadas, el tipo de puesto y las condiciones de trabajo, las cuales son factores importantes para que el compromiso del empleado se pueda estabilizar, como también incrementar o incluso disminuir.

Modelo de Mathieu y Zajac (1990)

El modelo de Mathieu y Zajac (1990) se realizó a partir de diversas investigaciones acerca del compromiso organizacional para poder discrepar, verificar y combinar los diferentes resultados obtenidos, identificando patrones

que los cuales ayudarían para una mejor explicación y análisis del constructo estudiado. Además, este modelo determina que existe dos dimensiones del compromiso: la actitudinal y la conductual; y cuenta con antecedentes, correlatos o factores y consecuentes del compromiso organizacional.

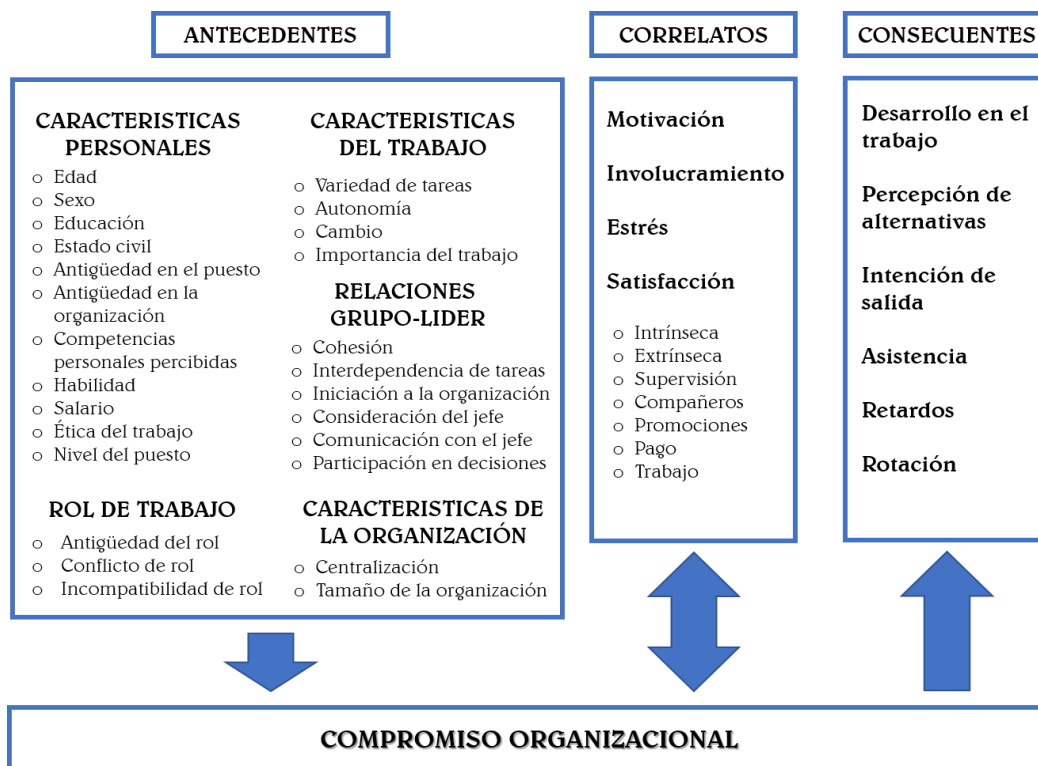


Figura N° 2. Modelo de compromiso organizacional de Mathieu y Zajac (1990)

Fuente: Betanzos (2007).

Según Mathieu y Zajac (Citado por Bentazos, 2007), mencionan como antecedentes del compromiso, las cuales incluyen: las características del empleado, el rol de trabajo, las características o aspectos del trabajo, las relaciones líder-grupo y las características organizacionales. Por otra parte respecto a los correlatos o factores que influyen en el compromiso del empleado son: la motivación de este, su involucramiento en el puesto, el estrés ocasionado, su satisfacción tanto con sus compañeros, con el pago y con el trabajo en sí; por otra parte las variables como la motivación, la satisfacción y el compromiso se conciben como aspectos específicos de una respuesta afectiva generalizada al medio ambiente de trabajo, las cuales están ligadas con los diversos antecedentes. Finalmente, el modelo presenta los siguientes consecuentes: el desarrollo en el

trabajo, las medidas de salida, la percepción de trabajos alternativos, la intención de renuncia o de permanencia, y la rotación de personal.

Según Bentazos (2007), menciona que “los dos tipos de compromiso (actitudinal y conductual) denotan que son dos constructos independientes, que pueden ser también multidimensionales y que no han sido adecuadamente medidos” (p. 56).

Modelo de tres componentes de Meyer y Allen (1991 – 1993 – 1997)

El modelo de Allen y Meyer es considerado como uno de los más completos para un mejor análisis referentes al compromiso organizacional y utilizado por las diversas investigaciones, no sólo por ser el que está en vigencia actualmente sino por ser el más aceptado por la comunidad científica.

John Meyer y Natalie Allen han propuesto una conceptualización más completa del tema compromiso organizacional y son quienes realizan el análisis más profundo porque no se encasillan solo en la participación y la identificación de los colaboradores con la organización, además son los que más investigaciones han realizado sobre el tema, así mismo toman información de otros investigadores, lo que les ha permitido ajustar y mejorar su modelo original (1991), por ello su modelo ha tenido varias modificaciones con el transcurso del tiempo, lo que le ha permitido tener una mayor validez en la explicación del compromiso organizacional (Betanzos, 2007).

Meyer y Allen citados por (Peralta, Santofimio & Segura, 2007) proponen un modelo con una conceptualización del compromiso organizacional dividido en tres componentes que puede identificarse por el empleado en su organización, estos tres componentes que miden el grado de compromiso son: el compromiso afectivo, el compromiso de continuidad y el compromiso normativo, los cuales se relacionan con diferentes aspectos y factores, teniendo diferentes alcances para las conductas en el trabajo.

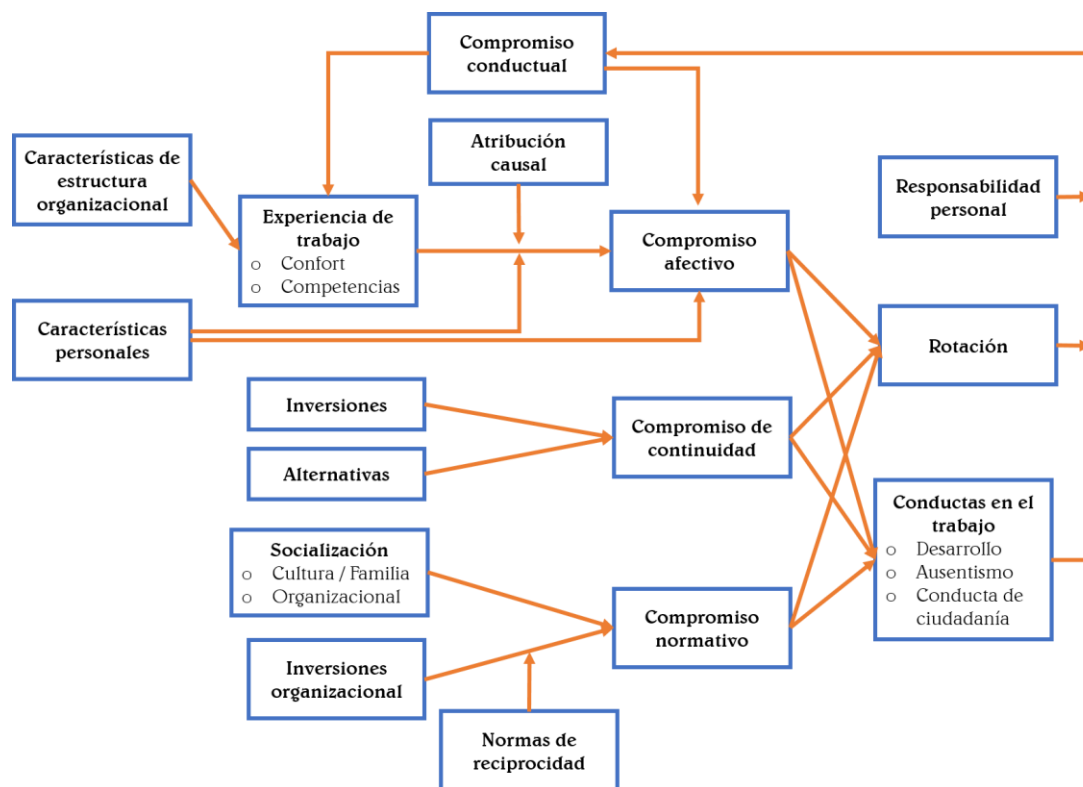


Figura N° 3. Modelo de los tres componentes de Meyer y Allen (1991)

Fuente: Betanzos (2007).

Para Meyer y Allen (citados por Flores & Rodríguez, 2006) indica que los tres componentes del compromiso organizacional presentan características muy peculiares, mientras que el Componente Afectivo se refiere a una buena actitud hacia la organización que conecta la identidad de la persona con esta, además de la fuerza relativa de la identificación de un individuo y la involucración con la organización como consecuencia del apego individual basado tanto en la afectividad y la emotividad con el grupo de trabajo como a la organización. Asimismo, el Componente Continuo en relación con los beneficios asociados en continuar con una participación en empresa y los costos asociados con irse. Finalmente, el Componente Normativo donde el empleado comprometido considera moralmente correcto mantenerse en la compañía haciendo caso omiso de la satisfacción que le haya dado la organización a través del tiempo, con un comportamiento socialmente aceptado que rebasa en expectativas formales y con un sentimiento de lealtad hacia la organización.

Meyer y Allen, en el año 1997 hacen una modificación a su modelo de los tres componentes del año 1991 enfocándose no solamente en comprobar el carácter transversal del modelo, sino que amplían los antecedentes distantes y próximos de este constructo, y consideran los procesos que están inmersos en la formación del compromiso organizacional, como se muestra en el Grafico N° 4, donde se muestra todos los posibles antecedentes del compromiso organizacional.

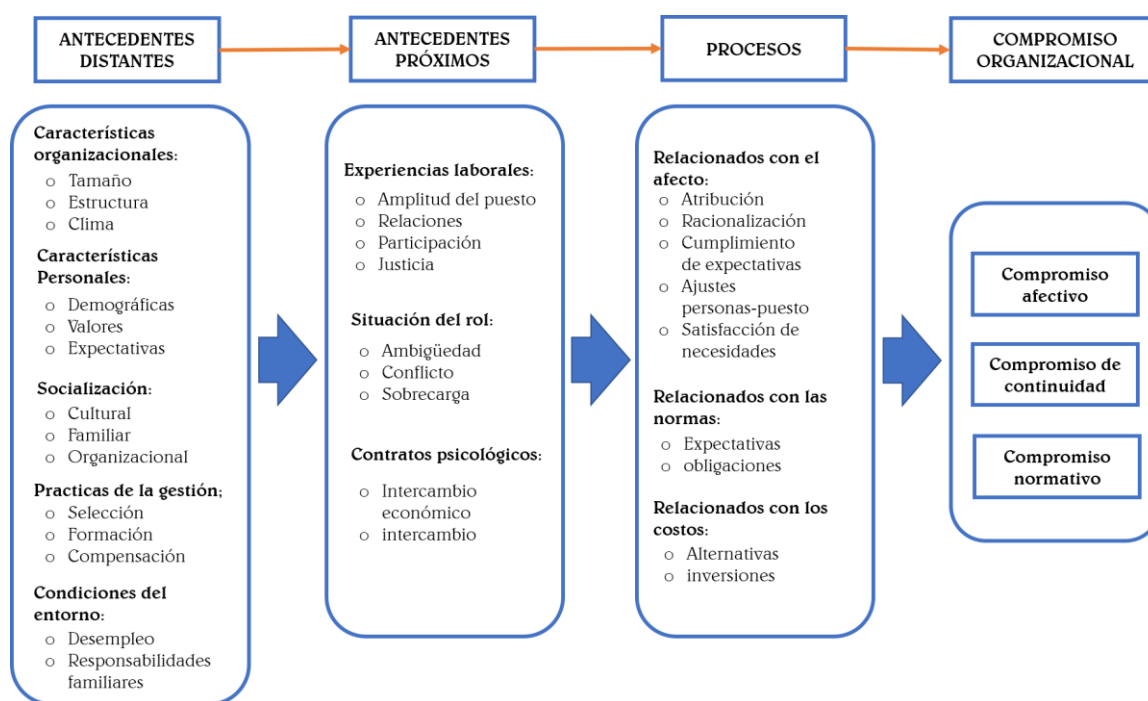


Figura N° 4. Modelo multidimensional de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997)

Fuente: Betanzos (2007).

Es importante señalar, que la escala de compromiso organizacional de propuesta por Meyer & Allen, ha ido variando conforme los autores han investigado, modificando y probado su modelo original.

La primera versión, incluyó 8 afirmaciones o ítems en cada dimensión (compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso continuo). Posteriormente, el instrumento original de 24 afirmaciones se modificó y se le quitaron 2 a cada dimensión, la cual paso a ser de 18 afirmaciones. El siguiente y

último cambio aparece en Meyer & Allen (1997) donde se revisa nuevamente el instrumento y se modifican algunas afirmaciones, principalmente en la dimensión de compromiso normativo (Bentazos, 2007).

De esta manera la naturaleza del compromiso es, respectivamente, el deseo, la necesidad o el deber de permanecer en la organización, por lo que cada componente del compromiso organizacional refleja un estado psicológico único y complejo; las cuáles serán analizados en la presente investigación.

Asimismo, se llevó una última modificación del modelo original de tres componentes, pero esta vez realizada por J. P. Meyer, J. Stanley, L. Hercovith y L. Topolnytsky (2002), en dicha investigación muestra la relación entre las dimensiones del compromiso organizacional (compromiso afectivo, normativo y de continuidad), así como también variables identificadas como antecedentes correlatos y consecuentes de la variable antes mencionada, dichas variables incluidas del modelo de Mathieu y Zajac (1990). (Grafico N° 5).

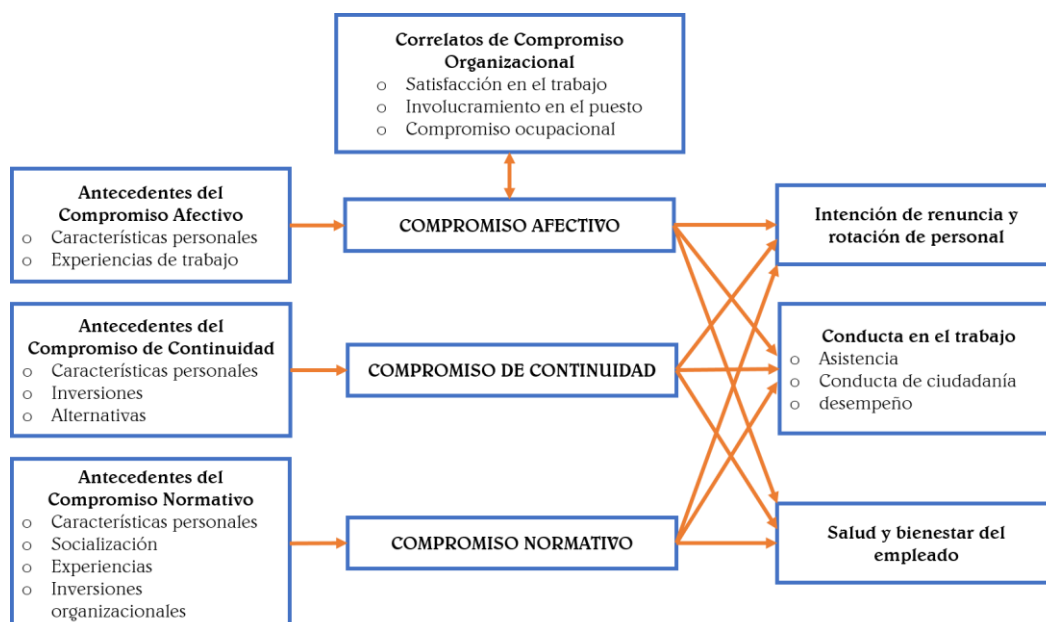


Figura N° 5. Modelo de tres dimensiones Meyer, Stanley, Hercovitch y Topolnytsky (2002)

Fuente: Betanzos (2007).

2.2.3. Dimensiones del compromiso organizacional

En un primer momento se consideró y trató como unidimensional pero con el paso del tiempo su concepción como multidimensional empezó a tomar importancia hasta convertirse en el enfoque dominante, ya que diversos autores sugieren que los individuos pueden experimentar cualquiera de estos tres componentes del compromiso, y muchas ocasiones en diversos niveles, así como con diferentes entidades; y relacionándose en diversos aspectos como el trabajo, la profesión, la supervisión y el equipo de trabajo (Acuña y Ventura, 2016).

Meyer y Allen (1997), consideran que la persona puede simultáneamente, experimentar un compromiso con la organización basándose en un apego emocional, un sentimiento de obligación o por la percepción de que los costos asociados con dejarla serían muy altos. Para estos autores, los componentes del compromiso organizacional (afectivo, normativo y continuo) pueden desarrollarse por diferentes causas y pueden así generar consecuencias en la conducta y las actitudes de las personas. Asimismo, afirmaron que es más apropiado considerar estos tres elementos como componentes y no como tipos de compromiso, debido a que las relaciones de los trabajadores con la organización pueden reflejar diferentes grados en los tres.

A continuación, se presenta la **Tabla N° 1**, en la cual se muestra las dimensiones que plantean diversos autores.

Tabla N° 1.

Dimensiones y fases del compromiso organizacional

Autor	Posición	Dimensiones
Mowday (1982)	Actitudinal	Unidimensional
Meyer y Allen (1991, 1993, 1997)	Actitudinal y conductual	Tres dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> ○ Afectivo ○ Normativo ○ Continuo
Morrow (1983)	Actitudinal	Multidimensional: <ul style="list-style-type: none"> ○ Valor al trabajo en si ○ Compromiso de carrera ○ Involucramiento al trabajo ○ Compromiso a la organización ○ Compromiso a la unión
Reichers (1986, 1985)	Actitudinal	Multidimensional: Centro del compromiso <ul style="list-style-type: none"> ○ Compañeros ○ Subordinados ○ Superiores ○ Clientes
T. E. Becker (1992) Becker y Billings (1993)	Actitudinal	Multidimensional: <ul style="list-style-type: none"> ○ Local ○ Global ○ De comité ○ No comprometido
O'Reilly y Chatman (1986)	Actitudinal y conductual	Dos dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> ○ Normativo ○ Calculativo
DeCottis y Summers (1987)	Actitudinal	Dos dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> ○ Internalización ○ Implicación de metas
Brickman (1987)	Actitudinal	Dos dimensiones: <ul style="list-style-type: none"> ○ Compromiso positivo ○ Compromiso negativo

Fuente: Betanzos (2007).

Compromiso Afectivo

El compromiso afectivo se define como la asociación emocional de un empleado con la organización, de manera que éste continúa en su empleo porque de verdad lo desea; reflejando un apego emocional al percibir la satisfacción de sus necesidades y expectativas, por lo que disfruta y agrada de su permanencia en la organización. Por lo cual, los trabajadores con este tipo de compromiso se

sienten orgullosos de pertenecer a la organización, debido a la motivación y reconocimiento que la empresa le ha brindado.

Meyer & Allen (1997) afirma que “El compromiso afectivo es la unión afectiva del empleado para identificarse e involucrarse con la organización” (p. 11); para llegar a formular este concepto, analizaron un conjunto de definiciones de distintas investigaciones de autores como Kanter (1968), Sheldon (1971), Hall, Shneider & Nygren (1970), Buchaman (1974) y Mowday, Porter & Steers (1982).

Pérez (2016), se refiere al compromiso afectivo como la identificación, involucramiento y enlace emocional que posee el individuo con una organización, en la cual se refleja los siguientes factores:

- Aprobación y creencia en los valores y metas de la organización.
- Aspiración por mantenerse como miembro de la organización.
- Satisfacción por realizar esfuerzo considerable a favor de la organización.

Los trabajadores con un fuerte compromiso afectivo están dispuestos a trabajar más de lo establecido, apoyan los cambios que realiza la empresa y continúan en la organización porque así lo desean; sintiendo una gran preocupación por las situaciones por las que atraviesa la empresa.

Compromiso Continuo

El compromiso continuo, de continuidad o de seguimiento se refiere al conocimiento de los costos asociados a dejar la organización, de manera que los empleados permanecen porque consideran que necesitan el empleo. Es decir, el trabajador se siente vinculado a la institución porque ha invertido en ella su tiempo, dinero y esfuerzo, por lo que dejarla implicaría perder todo lo invertido; así como también percibe que sus oportunidades fuera de esta se verían reducidas. Los trabajadores con un fuerte compromiso continuo permanecerán en la organización por lo necesitan.

Meyer & Allen (1997) afirma que “El compromiso continuo se refiere a la conciencia de los costos asociados a dejar la organización” (p. 11). para llegar a

formular este concepto, analizaron un conjunto de definiciones de distintas investigaciones de autores como Kanter (1968), Becker (1960) y Hrebiniak & Alluto (1972):

García (2015), señala que otro aspecto que considera este tipo de compromiso es la oportunidad que tiene el trabajador para conseguir otro trabajo en condiciones similares al que tiene en la empresa actual donde labora, como ya antes mencionado percibe que sus oportunidades fuera de la compañía son reducidas, por lo que se incrementa su apego con la empresa. Además, la influencia de variables como la edad y la antigüedad suelen tener un afecto importante en esta dimensión de compromiso.

Compromiso Normativo

Meyer & Allen (1997) afirma que “El compromiso normativo se refiere al sentimiento de obligación de los empleados de permanecer en la organización” (p. 60). para llegar a formular este concepto, analizaron un conjunto de definiciones de distintas investigaciones de autores como Wiener & Gechman (1977), Marsh & Mannari (1977) y Wiener (1982)

El compromiso normativo se asocia con un sentimiento de obligación, debido al cual las personas sienten que deben permanecer en la organización, como efecto de experimentar una sensación de deuda hacia la organización por haberle dado una oportunidad laboral, y como recompensa es valorada por el trabajador.

Este tipo de compromiso genera en el empleado sentimientos de retribución que se traducen en la obligación (o el deber) de seguir perteneciendo a la empresa como una forma de reconocimiento, ya que su vínculo con ella no es el resultado del deseo ni la conveniencia, sino refleja un sentimiento de deber o lealtad hacia la empresa (García, 2015).

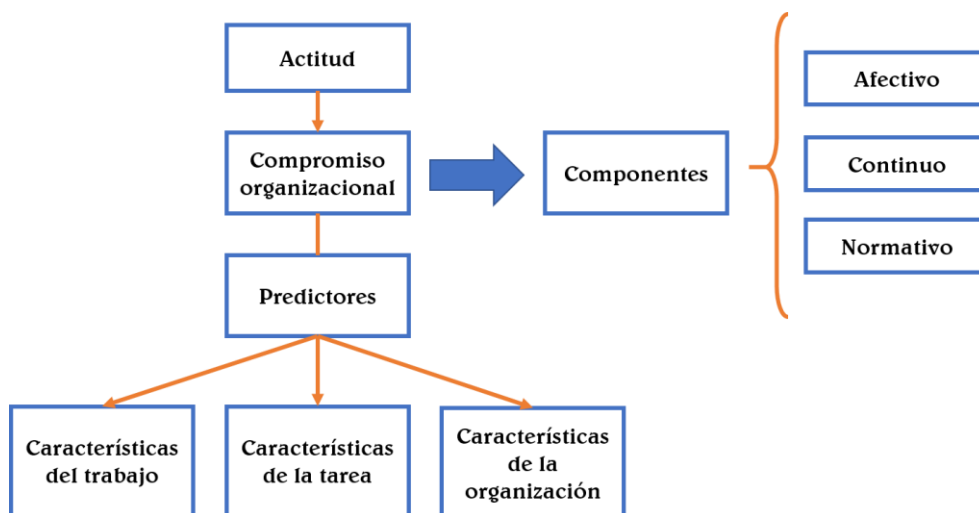


Figura N° 6. Compromiso organizacional, sus predictores y componentes.

Fuente: Betanzos (2007).

En resumen, las tres dimensiones del modelo de Meyer y Allen representan tres maneras diferentes de estar unido a una organización. Se podría decir que las personas permanecen comprometidas con la organización porque quieren (afectivo), porque lo necesitan (de continuidad) o porque sienten que deben hacerlo (normativo). Los propios autores han sido consistentemente claros en que son tres dimensiones distintas, que tienen diferentes causas y consecuencias, que no tienen por qué ser vistas como mutuamente excluyentes.

Tabla N° 2.

Componentes del compromiso organizacional

COMPONENTE AFECTIVO	COMPONENTE CONTINUO	COMPONENTE NORMATIVO
1. Familia 2. Emociones 3. Significancia 4. Pertenencia 5. Lealtad 6. Orgullo 7. Felicidad 8. Solidaridad 9. Satisfacción	1. Indiferencia 2. Conveniencia 3. Consecuencias 4. Costo económico 5. Necesidad económica 6. Beneficios	1. Obligación moral 2. Lo correcto 3. Lealtad 4. Sentimiento de culpabilidad 5. Deber 6. Reciprocidad

Fuente: Ramos (2005).

Tabla N° 3.

Características de los tipos de compromiso organizacional

COMPONENTE COMPROMISO	CARACTERÍSTICAS	TIPO DE CONTRATO PSICOLÓGICO	EL INDIVIDUO	RESULTADOS
Compromiso Afectivo	Atadura emocional, sentimientos de permanencia y afecto.	Relacional (vínculo emocional)	El individuo está “quiere” estar en la organización Enfoque más emocional	Aceptación del cambio Satisfacción laboral Iniciativa Espíritu cooperativo Deseo de permanencia
Compromiso Continuo	El colaborador siente necesidad de permanecer en la empresa por el sueldo que percibe.	Transaccional (coste de oportunidad ligado a pertenencia)	El individuo está “tiene” que estar en la organización Juicios más racionales (coste personal de abandono)	Desempeño al mínimo Absentismo (físico o psicológico) Rotación (o intención de abandono)
Compromiso Normativo	El colaborador siente obligación moral.	Relacional (fidelización) (vínculo racional)	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 ayuda)	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 que otros vengan a la empresa)

Fuente: Hurtado-Arrieta (2017) & Ruiz de Alba (2013).

2.2.4. Importancia del compromiso organizacional

El compromiso organizacional ha venido atrayendo la atención de diversos académicos desde finales de los años 60, y hasta actualmente sigue siendo uno de los temas de más interés e investigados en la actualidad de la administración, comportamiento organizativo y recursos humanos, debido a su influencia sobre el comportamiento de las personas, ya que un alto grado alto compromiso por parte de los empleados puede ser una fuente de ventaja competitiva para la organización

Durrego & Echevarría (1999) y Rico & Rodríguez (1998) mencionan que el estudio del compromiso organizacional seguirá siendo uno de los más importantes para el desarrollo de cualquier organización, por las siguientes razones: 1) las organizaciones se están volviendo más sencillas, debido al cambio que ocurre actualmente, lo que significa que las personas que se mantienen en la organización desempeñan funciones más compleja y exigentes, por lo que resultan de vital importancia la confianza que se le brindan a estos trabajadores, hecho que es representado por el compromiso; 2) las organizaciones que contratan con otras organizaciones, estarán pendientes del compromiso de estos trabajadores, sin embargo su interés será temporal, para entender como el compromiso es mantenido y 3) el compromiso organizacional se desarrolla de forma natural, es decir si el trabajador no tiene un compromiso con la organización, traerá consigo implicaciones negativas para ella.

Asimismo, para las organizaciones es importante conocer el nivel del compromiso de sus trabajadores y su intensidad, debido a que existen consecuencias muy distintas, de tal manera que poseer a un conjunto de trabajadores con un alto grado de compromiso (ya sea compromiso afectivo, de continuidad o normativo) posen una mayor intención de permanecer en la empresa que otros trabajadores con niveles inferiores. Además, la adquisición del grado o nivel del compromiso en cada trabajador llega a ocurrir en las primeras semanas o meses tras su incorporación laboral y va relacionado con los procesos de sociabilización laboral iniciales; por lo que no prestar atención a estas situaciones provocarían consecuencias negativas para la organización como

inflexibilidad, inadaptación a los cambios o rechazo a las innovaciones que frenarían el desarrollo y crecimiento de la organización (Rodríguez et al, 2004).

Para Bravo (2013), las organizaciones que logran concebir que las personas son consideradas activos principales para esta, se beneficiaran y prolongaran su ciclo de vida, ya que el compromiso es un estado mental relacionado con el trabajo, es decir es un tema de reciprocidad entre la organización y el trabajador.

Meyer & Allen (citados por Marín, 2003) mencionan:

“Visto desde la perspectiva organizacional, tener una fuerza de trabajo comprometida parecería ser claramente una ventaja. Las oportunidades de realizar trabajos importantes y desafiantes, reunirse e interactuar con personas interesantes, aprender nuevas habilidades y desarrollarse como personas, guían el desarrollo del compromiso” (p. 49).

Además, diversos estudios realizados indican que el compromiso organizacional está fuertemente relacionado con diversas variables del comportamiento organizacional, como la motivación, las intenciones de abandonar la organización, el estrés laboral, la rotación, el desempeño laboral, el absentismo o la inasistencia; por lo que se sustenta la importancia de conocer y velar por el compromiso organizacional de los trabajadores, el cual permite garantizar ciertos comportamientos deseados dentro de una organización (Acuña & Ventura, 2016).

Por otro lado, el estudio del Compromiso organizacional tampoco está libre de controversias, ya que mientras algunos autores defienden la importancia de su estudio, otros se plantean si realmente es importante en la época actual.

2.2.5. Factores sociodemográficos que influyen en el compromiso organizacional

Existen factores que influyen en el compromiso del trabajador ya sea de una manera positiva o negativa, y que a su vez pueden hacer referencia específica a un determinado componente de esta variable.

Para DeCottis & Summers (citados por Flores & Rodríguez, 2006), existen varios antecedentes que establecen el compromiso organizacional de las personas, sin embargo, los agrupan en dos categorías, las cuales son 1) las características personales o individuales, en donde se encuentran variables sociodemográficas como el género, la edad, la educación, el estado civil, entre otras; y las características organizacionales situacionales, como las características del trabajo, las características de la organización y las experiencias laborales ocurridas durante la vida laboral del trabajador.

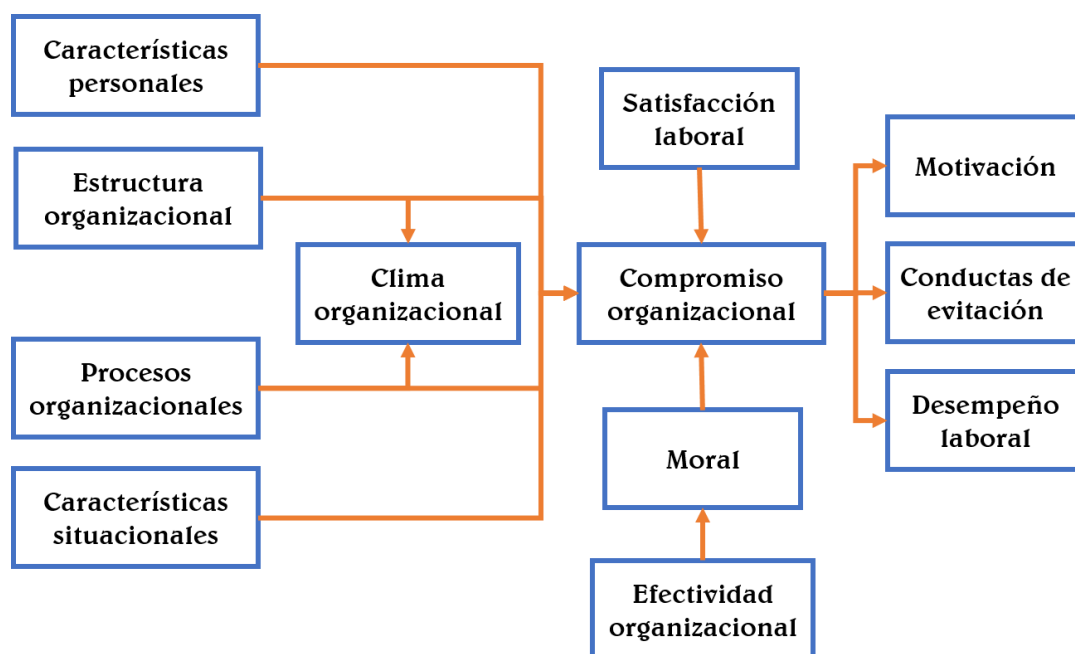


Figura N° 7. Antecedentes del compromiso organizacional, según DeCottis & Summers (1987).

Fuente: Flores & Rodríguez (2006).

Para Marín (2003) & Bravo & Cárdenas (2005), mencionan que el compromiso organizacional es afectado por diversos factores, de los cuales coinciden en cinco, los cuales son: las características de trabajo, las características personales del trabajador, la naturaleza de las recompensas que recibe el individuo, la existencia de alternativas de oportunidades de empleo y la socialización y los sistemas de valores de la organización, además existen ciertos otros factores como el trato de los nuevos empleados en una organización, un trabajo estimulante, la

percepción por la calidad y servicio al cliente y la percepción de una administración efectiva.

Para Rivera (2010), los determinantes del compromiso organizacional están clasificados en tres grupos fundamentales, a lo cuales también los nombra como predictores del compromiso organizacional, los cuales son: los factores personales (la edad, el sexo, la antigüedad en la empresa, el estado civil, entre otros); los factores organizacionales (los salarios bajos, las tareas no claramente definidas y el trato desigual a los colaboradores de la organización) y los factores relacionales (la falta de comunicación, la ausencia de reconocimiento y la falta de confianza).

Por otro lado, Hellriegel & Slocum (2009), sustenta que las fuentes del compromiso organizacional difieren de persona a persona, ya que el trabajador cuando empieza a laborar dentro de una empresa, se determina por sus características individuales como personalidad y valores culturales, por otro lado, con el paso del tiempo el compromiso organizacional se hace más fuerte debido a tres factores:

- Los empleados desarrollan vínculos más fuertes con la organización y sus compañeros de trabajo ya que han compartido mucho más tiempo junto.
- La antigüedad de los empleados representa ciertas ventajas especialmente en cuanto a remuneraciones.
- Las oportunidades de trabajo en el mercado van disminuyendo con la edad y esto provoca que los empleados se apeguen con sus puestos actuales.

Actualmente, el compromiso de las personas con la organización constituye un aspecto importante, para que la empresa sobreviva y crezca, ya que toda organización tiene una serie de objetivos que desea alcanzar y para lo cual requiere la lealtad y vinculación de sus empleados (Paulin & Quintero, 2006).

Cuando los trabajadores desarrollan un fuerte compromiso organizacional estos pueden sentirse impulsados a trabajar con mayor empeño a favor de la organización, por lo cual se puede suponer que contar con un personal muy comprometido trae una influencia positiva. Por otro lado, un individuo

comprometido es aquel que se mantiene vinculado con su organización en circunstancias favorables, pero también en la adversidad, ya que el compromiso actúa como un pegamento que lo adhiere a la empresa y lo estimula a luchar por alcanzar las metas de la organización y a tratar como propios a los bienes y recursos de la empresa (Meyer y Allen, 1997).

Por lo que debe ocurrir una integración persona - organización, la cual debe verse como un todo, dado que el impacto que genera será directamente proporcional para el éxito o fracaso de la organización; ya que un trabajador con un alto grado de compromiso son el mejor margen de competitividad para una empresa se cual fuese su rubro.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

La investigación cuenta con un nivel descriptivo, dado que el propósito de la investigación es realizar un diagnóstico del compromiso organizacional que existe en los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo, ya que resume y describe los datos mediante un conjunto de métodos, técnicas o procedimientos que ayudarán a recopilar, organizar, presentar y analizar datos con la finalidad de describirlos y de realizar interpretaciones válidas.

Asimismo, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, el cual permitirá buscar la exactitud de mediciones o indicadores con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias, logrando así cuantificar la variable estudiada para una mejor interpretación de resultados.

Además, la investigación desarrollada es de tipo básica, debido que a parte de un marco teórico y permanece en él además de incrementar los conocimientos científicos sin contrastarlos con ningún aspecto práctico, con el propósito de mejorar y conservar de forma vigente las teorías señaladas.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación que se utilizó para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el estudio, determino una investigación no experimental, debido a que no se realizó ninguna manipulación de la variable estudiada, por lo que solo se efectuó la observación del fenómeno. También, una investigación transversal, puesto que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, debido que su propósito es describir la variable compromiso organizacional y su relación con los factores que influyen en la variable, y posteriormente analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, en el ambiente natural de trabajo de los distribuidores, y sin realizar ninguna modificación al mismo. Además, una investigación prospectiva, dado que el inicio del estudio es anterior a los hechos estudiados y los datos obtenidos se recogen a medida que se va avanzando la investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.3. Población, muestreo y muestra

La población en la cual se realizó el estudio son los distribuidores independientes de la empresa multinivel Omnilife en la ciudad de Chiclayo, la cual se encuentra constituida por 3040 distribuidores independientes, de la cual se analizará una muestra representativa.

El número total de distribuidores independientes a quienes se obtuvo a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

n: Tamaño de la muestra

N: 3040 distribuidores independientes en la ciudad de Chiclayo

p: 50% (0.50) probabilidad a favor

q: 50% (0.50) probabilidad en contra

k: Nivel de confianza del 90% que equivale al 1.64

e: 5% de margen de error

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{k^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.64^2 * 3040 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (3040 - 1) + 1.64^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 248 \text{ distribuidores independientes}$$

Al sustituir los datos en la fórmula se obtiene una muestra de 248 distribuidores independientes, los cuales se dividirá proporcionalmente a la población entre hombres y mujeres.

Para la siguiente investigación se realizó un muestreo probabilístico, la cual es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados (Hernández et al, 2010).

Por lo que, se ha decidido realizar un muestreo aleatorio estratificado también es conocido como muestreo aleatorio proporcional, en donde los sujetos de investigación fueron inicialmente agrupados en dos categorías, según su género, además se determinó aplicar un muestreo aleatorio simple porque garantiza resultados estadísticos más precisos.

3.4. Criterios de selección

Criterios de inclusión

Personas mayores de 18 años, de género masculino y femenino, que se encuentren inscritos como distribuidores independientes en la empresa Omnilife. Además, que se encontraron presentes en el momento de la aplicación del instrumento y que accedieron a participar del estudio. Finalmente, que consignen todos los ítems marcados de acuerdo con las instrucciones del instrumento.

Criterios de exclusión

Distribuidores independientes que no desearon participar voluntariamente de la investigación, así también los que completaron incorrectamente el cuestionario.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla N° 4.

Operacionalización de la variable de compromiso organizacional

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICION OPERATIVA	INDICADOR	ITEMS	INDICE
Compromiso Organizacional Modelo de Meyer y Allen (1997)	Estado psicológico que caracteriza las relaciones de los empleados con la organización, además tiene implicaciones en la decisión de continuar siendo miembro de la organización.	Compromiso Afectivo	Se refiere al sentido de pertenencia individuo y organización.	Identidad con la organización	06 / 09 / 12	Escala tipo Likert 1: Totalmente en desacuerdo 2: Muy en desacuerdo 3: En desacuerdo 4: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 5: De acuerdo 6: Muy de acuerdo 7: Totalmente de acuerdo
				Involucramiento con la organización	14 / 15 / 18	
		Compromiso Continuo	Se refiere a la relación de intercambio esfuerzo de trabajo y compensación.	Percepción de alternativas	01 / 03 / 04	
				Sacrificio personal	05 / 16 / 17	
		Compromiso Normativo	Se refiere con respecto al sentido de obligación con la empresa.	Lealtad	02 / 07 / 08	
				Obligaciones	10 / 11 / 13	

3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La investigación se llevó a cabo mediante dos fuentes para recolectar información:

- **Fuentes primarias:** Se aplicó el Cuestionario de compromiso organizacional de Allen y Meyer, la cual estaba dirigida hacia los distribuidores independientes de Omnilife, teniendo en cuenta las dimensiones mencionadas en los objetivos, además de conversaciones con algunos de ellos.
- **Fuentes secundarias:** Se recolectó información de artículos, tesis, libros, revistas, entre otras; para fortalecer las fuentes primarias.

El instrumento metodológico es el medio o el camino a través del cual se establece la relación entre el investigador y el sujeto consultado para la recolección de datos, por lo que estos serán recopilados por medio de un cuestionario, la cual se ha elegido, en consecuencia, para poder abordar la variable de estudio, se eligió el **Cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997)**, el cual tiene una validez adecuada, ya que varios estudios aportan evidencia de dicha validez discriminante de la estructura factorial de su escala; y cuyo objetivo es evaluar el nivel y tipo de compromiso que posee el sujeto de investigación, además incluye sus tres dimensiones: compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso continuo. (ver Tabla N° 4).

La escala de compromiso organizacional, fue diseñada y elaborada por los psicólogos John Meyer y Natalie Allen, como parte de sus actividades de investigación, encontrada en su libro "Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application", dicha escala ha sido estudiada en diferentes realidades y poblaciones, pero todas en el ámbito laboral, evidenciando altos grados de fiabilidad, tales como los encontrados por Meyer & Allen (1997) los cuales encontraron fiabilidad en las tres dimensiones que ellos plantearon: afectivo (0.85), de continuidad (0.79) y normativo (0.73).

Se ha creído conveniente seleccionar este modelo para la siguiente investigación, debido a que sus autores han sido los que más han profundizado en

esta variable, incluso se elaboró la teoría de los componentes y a partir de ahí crearon una prueba para medir el nivel de cada componente del compromiso organizacional; la cual se utilizó en la investigación.

Tabla N° 5.

Ficha técnica del cuestionario de compromiso organizacional

Nombre del Test	Cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen
Autores	John Meyer y Natalie Allen
Objetivo	Conocer el nivel y el tipo de compromiso organizacional que manifiestan las personas con su organización.
Procedencia	Estados Unidos
Año	1997
Total de ítems:	Consta de 18 ítems
Estructuración	Comprende 3 componentes (dimensiones) Componente Afectivo (6 ítems) Componente Continuo (6 ítems) Componente Normativo (6 ítem)
Tipo de escala	Likert
Tipo de aplicación	Individual o colectiva
Tiempo de aplicación	15 a 20 minutos
Adaptación/Validación	Juana Argomedo Rodríguez (Perú, 2013)
Utilidad	Elaboración de planes de intervención a nivel organizacional

Éste cuestionario fue adaptado a la realidad del Perú por Argomedo (2013), quien realizó un estudio piloto sobre las propiedades psicométricas de del cuestionario de compromiso organizacional de Meyer y Allen, en trabajadores civiles de una institución militar de Lima Metropolitana, la cual pasó por el criterio de calificación de 5 jueces expertos, con experiencia en el área organizacional; y concluyo con resultados óptimos, logrando así comprobar que tiene validez de

contenido ($p < 0.05$), en cuanto a la confiabilidad se determinó la consistencia interna, mediante el Alfa de Cronbach que dio como resultado de 0.82 siendo un nivel alto con 18 ítems. Por otro lado, en la investigación realizada por Figueroa (2016) corrobora la validez de la prueba, obteniendo una confiabilidad de 0.806.

El instrumento seleccionado consta de 18 afirmaciones (ítems), el cual abarca las tres dimensiones de la variable del compromiso organizacional (compromiso afectivo, compromiso continuo y compromiso normativo).

Tabla N° 6.

Ítems según el tipo de compromiso organizacional

Compromiso Organizacional	Ítems
Compromiso Afectivo	06 / 09 / 12 / 14 / 15 / 18
Compromiso Continuo	01 / 03 / 04 / 05 / 16 / 17
Compromiso Normativo	02 / 07 / 08 / 10 / 11 / 13

Para las afinaciones se utiliza una escala tipo Likert el cual va desde totalmente en desacuerdo (1) a totalmente de acuerdo (7).

Tabla N° 7.

Escala de respuesta para el instrumento del compromiso organizacional

Totalmente en desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	2
En desacuerdo	3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4
De acuerdo	5
Muy de acuerdo	6
Totalmente de acuerdo	7

A su vez, el cuestionario cuenta con seis reactivos negativos, los cuales para efecto del análisis se invertirá el valor proporcionalmente contrario en la escala.

Tabla N° 8.

Ítems positivos y negativos del instrumento del compromiso organizacional

Positivos	02 / 04 / 05 / 06 / 07 / 08 / 09 / 11 / 12 / 13 / 16 / 17
Negativos	01 / 03 / 10 / 14 / 15 / 18

Tabla N° 9.

Escala de respuesta para el instrumento del compromiso organizacional para los ítems negativos

Totalmente en desacuerdo	7
Muy en desacuerdo	6
En desacuerdo	5
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4
De acuerdo	3
Muy de acuerdo	2
Totalmente de acuerdo	1

Para la interpretación de las puntuaciones tanto del nivel global de compromiso, como de sus dimensiones, se realiza de la siguiente manera:

Tabla N° 10.

Puntuaciones del compromiso organizacional.

Nivel	Puntaje
Bajo	[1 - 3 >
Medio o Promedio	[3 - 5 >
Alto	[5 - 7]

Fuente: Meyer & Allen (1997).

Asimismo, el cuestionario cuenta con datos importantes que permitieron hacer interesantes correlaciones con factores que influyen en la variable estudiada, las cuales son: sexo, edad, estado civil, antigüedad laboral y número de hijos.

Para efectos de la investigación en la medición de la variable estudiada, se tomó la decisión de recurrir a la valoración de expertos para determinar la fiabilidad del instrumento (**Anexo B**), con lo que respecta a la redacción de los ítems que conforman el cuestionario compromiso organizacional del modelo de Meyer y Allen (1997).

Dicho grupo de expertos fue compuesto por personas conocedoras de la materia, para lo cual, se ha creído conveniente la elección de los siguientes cuatro (04) expertos:

- MGTR, Cecilia Alayo
- MBA. Luís Angulo Bustios
- MGTR, Adalberto León
- MGTR, Aylén Serruto

Las recomendaciones del panel se orientan a facilitar la claridad y coherencia de las afirmaciones y el uso apropiado de las palabras, de tal forma que puedan plantear correcciones o modificaciones, las cuales deben tenerse en cuenta para realizar alguna modificación en algún ítem del cuestionario.

Los expertos mencionados anteriormente, han considerado que la redacción de los ítems del cuestionario de compromiso organizacional del modelo de Meyer y Allen (1997), es adecuada para el propósito de la investigación, por lo que no contaría con ninguna modificación. Sin embargo, recomendaron incluir factores, como el nivel educativo del distribuidor independiente y realizar una codificación a las preguntas y respuestas.

Para el análisis de los resultados de la prueba piloto, se utilizó el programa IBM SPSS Statistics 22, el cual ayudo en el cálculo del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach para el instrumento de compromiso organizacional (**Anexo D**); donde se realizó una prueba piloto con veinte (20) individuos, los cuales respondieron el cuestionario, lo que permitió medir el nivel de confianza de cada uno de ellos y de las dimensiones que los integran.

Tabla N° 11.

Alfa de Cronbach del cuestionario piloto

	TIPO DE COMPROMISO	ALFA DE CRONBACH
COMPROMISO ORGANIZACIONAL (0.758)	Compromiso Afectivo	6.65
	Compromiso Continuo	5.30
	Compromiso Normativo	6.31

Se observa que el instrumento de compromiso organizacional arroja resultados no muy altos en el análisis de confiabilidad de la prueba piloto, ya sea que manera general como variable, como dividida en sus dimensiones; sin embargo, el Alfa de Cronbach arrojado por la prueba es aceptado en las ciencias sociales.

A pesar de la situación presentada con el instrumento, se mantuvo como parte de la investigación debido que se han demostrado en otras investigaciones la confiabilidad de este.

3.7. Procedimientos

Para la realización del cuestionario, se consideró algunas dimensiones que son representados por preguntas específicas del cuestionario, las cuales ayudaran para un mejor análisis de la variable, estas son los siguientes:

1. Compromiso Afectivo
2. Compromiso Continuo
3. Compromiso Normativo

Para recoger los datos y puedan ser empleados en la investigación, se tendrá que proceder de la siguiente manera:

- o Planificación y ejecución para realizar las encuestas en la ciudad de Chiclayo.

- Indicaciones precisas para que los encuestados puedan responder a las exigencias de la encuesta.
- Recojo de la información.
- Organización de la información.
- Tabulación e ilustración (a través de Microsoft Excel).
- Análisis y discusión de los resultados.
- Elaboración del informe final.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados a través de la aplicación del instrumento de la presente investigación se registraron y organizaron en una base de datos empleando la hoja de cálculo de Excel 2010, para posteriormente ser exportada al software estadístico IBM SPSS Statistics versión 22, para la respectiva interpretación de los resultados, mediante un análisis de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, con la finalidad de procesar los datos para arrojar resultados según los objetivos planeados.

El programa IBM SPSS Statistics versión 22, ayudo en el cálculo del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del instrumento empleado en esta investigación (**Anexo F**); se observa que el instrumento de compromiso organizacional arroja resultados altos en el análisis de confiabilidad, ya sea como variable, como en cada una de sus dimensiones; ya que se considera un valor alto, aquellos valores superiores a 0.8 obedeciendo a una buena confiabilidad.

Tabla N° 12.

Alfa de Cronbach del cuestionario de la muestra

COMPROMISO ORGANIZACIONAL (0.962)	TIPO DE COMPROMISO	ALFA DE CRONBACH
	Compromiso Afectivo	0,935
	Compromiso Continuo	0,926
	Compromiso Normativo	0,808

Asimismo, se empleó la estadística descriptiva para ubicar la frecuencia, porcentajes y promedios en función en función a la variable de estudio.

Finalmente, esta información se presentó en tablas y/o figuras según corresponden a los análisis correspondientes; lo cual ayudo para una mejor interpretación y análisis en Resultados y Discusiones de la investigación.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla N° 13.

Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	INSTRUMENTO	METODOLOGÍA
<p>Diagnóstico del nivel de compromiso organizacional de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo</p>	<p>Problema Principal</p> <p>¿Cuál es el nivel de compromiso organizacional en los distribuidores independientes de la empresa multinivel Omnilife en la ciudad de Chiclayo?</p>	<p>Objetivo general Realizar un diagnóstico del compromiso organizacional de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar el nivel del compromiso afectivo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo. - Identificar el nivel del compromiso continuo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo. - Identificar el nivel del compromiso normativo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo. - Determinar la relación compromiso organizacional con los factores sociodemográficos de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo. 	<p>Variable Compromiso organizacional</p> <p>Instrumento Cuestionario de Compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997)</p> <ul style="list-style-type: none"> o Consta de 18 afirmaciones. o Utiliza una escala tipo Likert <p>Dimensiones Compromiso afectivo Compromiso continuo Compromiso normativo</p>	<p>Tipo y nivel de Investigación Investigación descriptiva Investigación cuantitativa Investigación básica</p> <p>Diseño de Investigación Investigación no experimental Investigación transversal Investigación prospectiva</p> <p>Población Los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>Muestra 248 distribuidores independientes</p> <p>Muestreo Muestreo probabilístico estratificado - aleatorio</p>

3.10. Consideraciones éticas

Durante el proceso de investigación se respetará la decisión de los distribuidores independientes que tengan la voluntad de participar en el presente estudio, así mismo se garantiza proteger la integridad y confidencialidad de los participantes, además del respeto por las opiniones durante las evaluaciones. Asimismo, la información obtenida se utilizó únicamente para el propósito de este estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis e interpretación de los datos de la variable compromiso organizacional se basará de la Tabla N° 11, la cual muestra los niveles con el rango de puntaje promedio que abarca para determinar el grado de compromiso organizacional, el cual es establecido a partir de los siete niveles que fueron tomados como escala de tipo Likert, utilizada en el instrumento de Allen y Meyer (1997).

Tabla N° 14.

Rango de nivel de compromiso organizacional

NIVEL DE C.O.	Descripción	Puntaje
Nivel Bajo	Relación de poca intensidad en donde el individuo no siente haber hecho inversiones en la organización y considera muy factible alcanzar otras alternativas al abandonar la empresa	[1 - 3 >
Nivel Medio	Relación intensa donde el individuo siente haber hecho inversiones en la organización y considera medianamente factible alcanzar otras alternativas al abandonar la empresa	[3 - 5 >
Nivel Alto	Relación de alta intensidad y actitud muy favorable hacia la organización donde el trabajador siente haber hecho grandes inversiones en la organización y considera muy difícil alcanzar otras alternativas al abandonar la empresa.	[5 - 7]

Omnilife posee un sistema multinivel, el cual se basa en el mercadeo en red o venta directa, el cual no requieren un gran staff para operar, y su ampliación geográfica no implica abrir una oficina, basta con tener vendedores en distintos puntos del país. Actualmente, Omnilife se encuentra en el top cinco de ventas del segmento nutricional, rubro de ventas directas, en los 18 países de América en los que opera, con excepción de Estados Unidos y Brasil. En Perú, Omnilife de México se hace del 6.8% de participación en el mercado peruano en el cual vende diversos tipos de productos; ubicándose en el

tercer lugar, después de Abbott Laboratories y Herbalife con una participación del 9.6% y 7.3% respectivamente (Ochoa, 2018).

Por otro lado, Omnilife pertenece a la Cámara Peruana de Venta Directa (CAPEVEDI), la cual es una asociación civil sin fines de lucro conformada por las empresas más representativas de distintas industrias del Perú que emplean el sistema de venta directa; protegiendo tanto al consumidor, al empresario independiente, como a la industria; esto asegura que se desarrolle un mercado ético, debido a los constantes casos de estafa que existe en el país, como es los de estafa piramidal por el esquema de negocios que ofrecen, cada una con sus peculiaridades detectados a nivel nacional.



Figura N° 8. Empresas asociadas a la cámara peruana de venta directa (CAPEVEDI)

Fuente: CAPEVEDI

Los resultados obtenidos del instrumento del compromiso organizacional, aplicada a los distribuidores independientes de la empresa Omnilife, como se observa en el Figura N° 9, la cual muestra que el 92.75% del objeto de estudio de la investigación posee un nivel medio-alto de compromiso organizacional, por lo que se puede generalizar que existe un compromiso por parte de los distribuidores independientes. Asimismo, el bajo porcentaje de compromiso organizacional es el reflejo que los distribuidores independientes han generado un fuerte vínculo con la empresa.

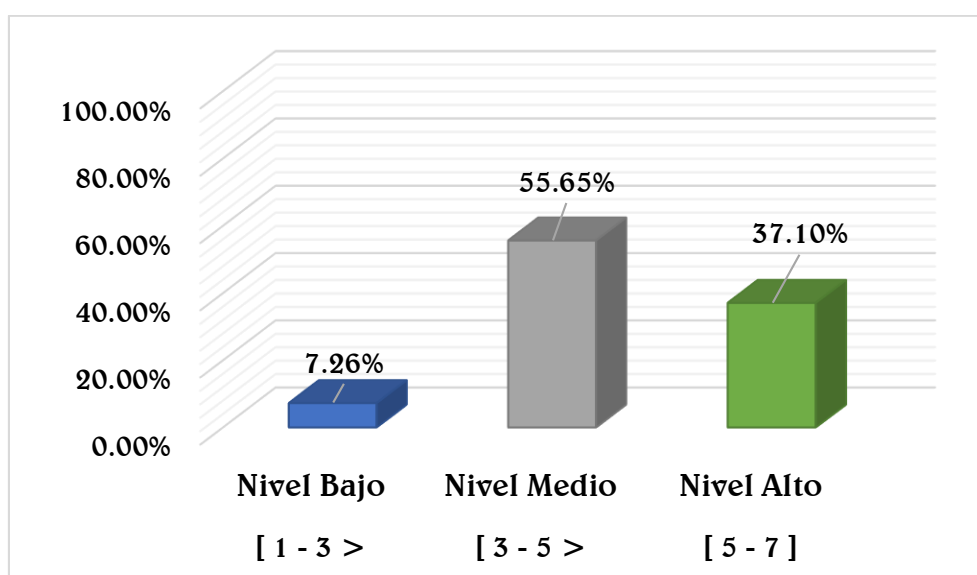


Figura N° 9. Nivel del Compromiso organizacional en los distribuidores independientes de la empresa Omnilife

Elaboración Propia

Los resultados obtenidos del instrumento del compromiso organizacional, aplicada a los distribuidores independientes de la empresa Omnilife, nos permite apreciar la Tabla N° 15, la cual muestra que el objeto de estudio de la investigación posee una media de 4.54, con respecto a la variable de compromiso organización, por lo que esta se encuentra en un nivel promedio.

Para Hurtado-Arrieta (2017), señala que los trabajadores que cuenten con un alto compromiso organizacional manifiestan una mejor relación con la misión y los objetivos de la empresa, además muestran una mayor lealtad, esfuerzo y desempeño en su trabajo;

afirmando que el compromiso de los empleados desempeña un papel estratégico para cualquier empresa.

Tabla N° 15.

Resultados de las dimensiones que conforman la variable compromiso organizacional

DIMENSIONES	PROMEDIO	NIVEL DE COMPROMISO
Compromiso AFECTIVO	4.80	MEDIO
Compromiso CONTINUO	4.31	MEDIO
Compromiso NORMATIVO	4.52	MEDIO
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	4.54	MEDIO

Los datos arrojados del instrumento permiten conocer el tipo de compromiso organizacional que presentan los individuos, donde se puede encontrar las tres dimensiones que abarca esta variable, y todas estas se encuentran en un nivel promedio, lo cual representa que existe un grado significativo de compromiso organizacional que poseen los distribuidores independientes con la empresa Omniflife.

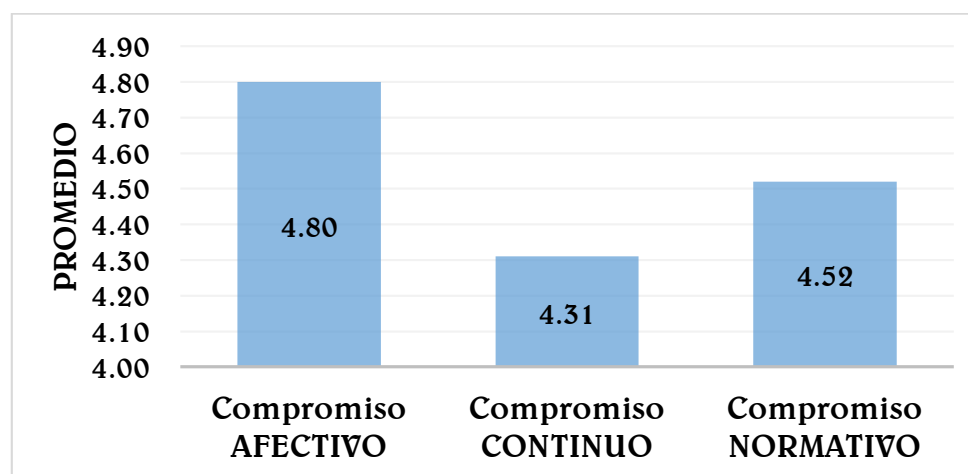


Figura N° 10. Distribución de la muestra de las dimensiones del compromiso organizacional, según su media.

Elaboración Propia

Se observa en el Figura N° 10, que la dimensión que resalta es el compromiso afectivo, la cual tiene una promedio de 4.80, el más alto entre las tres dimensiones, por lo que se puede afirmar que existe un apego emocional por parte de los distribuidores a la empresa, en donde, es muy frecuente que el trabajador no se percate de este apego, no obstante esta identificación con la empresa se manifiesta con ciertas actitudes, como un orgullo de decir que trabaja para la empresa Omnilife; además de la preocupación cuando la empresa no pasaba por un buen momento, asimismo manifestar una buena predisposición a los cambios por lo que pasa la empresa, como surgió a finales del año 2015, donde se dio anuncio a diversos cambios que tendría la empresa, después de la abrupta salida de quien fuera la directora ejecutiva de Omnilife; además el actual director general de Omnilife menciona que se encontró con una empresa con deuda y sin liquidez, por lo cual debió promover un plan de ahorros a efectos de mejorar su perfil de deuda, decidiendo transformar el esquema de compensaciones que tenía la empresa (Amador, 2016).

Por otro lado, el compromiso continuo tiene un promedio de 4.31, este tipo de compromiso es la relación de apego de carácter material que posee el trabajador con la empresa, ya que el distribuidor independiente percibe que hace inversiones en la empresa, es decir, el distribuidor se siente vinculado con la empresa porque ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo en ella, ya que cada uno solventa sus gastos de desplazamiento y capacitación, no obstante no existe una inversión en publicidad, debido a que la recomendación de cada vendedor resulta incluso más efectiva. En consecuencia, dejarla significaría perder todo lo invertido y es por tal motivo que continua en la organización. En gran medida, que el resultado obtenido sea menor es de gran importancia, ya que los distribuidores tendrían un apego emocional o lealtad a la empresa por lo que les ha brindado, y no considerarían abandonarla, porque las oportunidades que tiene el distribuidor de encontrar otro trabajo de condiciones similares son relativamente fácil, debido a que el modelo que utiliza Omnilife existe en diversas empresa; además se debe tener en cuenta que ser distribuidor independiente no significa tener una jornada laboral, es por ello que gran parte de estos realizan esta labor en sus horas libres, llegando a ocupar esas horas que tienen durante el día, siendo esto un ingreso adicional para la persona. Asimismo, se debe tomar en cuenta variables como la edad y la antigüedad, ya que suelen tener un efecto importante sobre esta dimensión. En contraste, tener a un

distribuidor con un alto compromiso continuo, su esfuerzo, dedicación y entrega al trabajo radican en alcanzar las metas que exige Omnilife; es decir, el distribuidor independiente sólo cumpliría con lo necesario para seguir generando su pago cada mes.

Por otra parte, el compromiso normativo, el cual también es de naturaleza emocional, presenta un promedio de 4.52, y se entiende como un fuerte sentimiento de obligación de permanecer en la empresa; este sentimiento de lealtad surge desde la niñez de las personas y se hace presente en diversos contextos de su vida (Ramos, 2005). Es por ello, que la mayoría de distribuidores independientes han desarrollado un fuerte sentimiento de obligación a permanecer por el hecho de percibir una sensación de deuda hacia Omnilife, por haberle dado alguna oportunidad de trabajo y/o ayudado con algún problema de salud, ya que gran parte de estas personas ingresan a la empresa para poseer el porcentaje de descuento que brinda ser distribuidor independiente y adquirir el producto para el mejoramiento de los problemas de salud, ya sea para ellos como para sus familiares. Lo cual es inmensamente valorada por el distribuidor; ya que un colaborador con un alto compromiso normativo es un colaborador incondicional, y garantiza que estará presente en todo momento. Meyer & Allen (1991), manifiestan que los trabajadores se rigen por el compromiso normativo, cuando la organización brinda a sus colaboradoras buen trato, mejoras laborales y crecimiento laboral; estos actuarán de forma recíproca con la organización y por ende permanecerán en ella.

García afirma que “el compromiso organizacional que el trabajador tenga hacia su empresa depende también de la aceptación y comprensión del pasado y el presente por el que atraviesa la empresa, de esta manera estará consiente de la realidad organizacional y asumirá sentimiento de puro compromiso” (2015, p.23).

Una vez que han sido analizadas las tres dimensiones del compromiso organizacional, según el Modelo de Meyer y Allen (1997), surge la siguiente pregunta: ¿Cuál de las tres dimensiones del compromiso organizacional sería más conveniente desarrollar en los distribuidores independientes?

Cada organización es única, por lo que no se podría generalizar a todas las empresas con este modelo de negocio; lo recomendable es que estén presentes las tres

dimensiones, en distintos niveles y que tuviera el siguiente orden, primero el compromiso afectivo, seguido del compromiso normativo y por último el compromiso continuo, lo cual ocurre en la presente investigación (Meyer & Allen, 1991, 1993, 1997).

Al respecto Meyer y Allen (1991) en su Teoría de los tres componentes manifiesta que los trabajadores se sienten comprometidos con su organización debido a que establecen una relación estrecha, a la cual puede influenciar el grado de la dimensión del compromiso que predomine en los trabajadores con la organización, si prevalece un compromiso afectivo se mantiene un vínculo afectivo con la organización es por ello que desean continuar en ella, si se rigen por el compromiso de continuidad seguirán formando parte de la organización debido a que han invertido en la organización, y si finalmente están en la organización debido a que en su momento las apoyaron, reciben un trato adecuado y su salario es beneficioso, se refiere al compromiso normativo.

En resumen, las tres dimensiones del modelo de Meyer y Allen representan tres maneras diferentes de estar unido a una organización, es decir que los distribuidores independientes permanecen comprometidos con la organización porque quieren (afectivo), porque lo necesitan (de continuidad) o porque sienten que deben hacerlo (normativo). Además, los propios autores han sido consistentemente claros en que son tres dimensiones distintas, que tienen diferentes causas y consecuencias, que no tienen por qué ser vistas como mutuamente excluyentes.

Del mismo modo, se analizó los factores sociodemográficos que influyen en el compromiso organizacional, las cuales han sido incluidas en la investigación, para poder examinar su influencia con la principal variable de esta investigación, estas son: sexo, edad, estado civil, carga familiar, antigüedad laboral, grado de instrucción y nivel alcanzado en la empresa.

Con respecto al género de los distribuidores independientes en la ciudad de Chiclayo, se puede apreciar que tanto los distribuidores varones, como mujeres presentan un compromiso organizacional por encima de la media, observando que el 92.74% de los distribuidores mujeres encuestadas presentan un nivel medio de compromiso organizacional (Figura N° 11), además con respecto al compromiso

continuo y normativo tiene un mayor grado en las mujeres, lo que da a entender que presentan un alto grado de lealtad por la empresa Omnilife, como también un sentimiento de obligación que posee por todo el tiempo que ha invertido en esta.

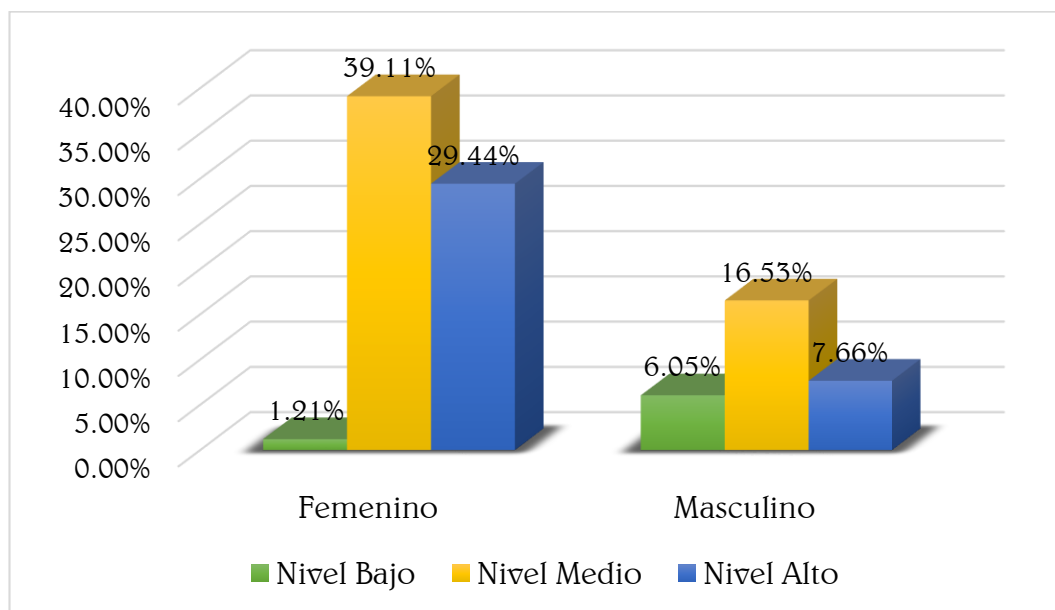


Figura N° 11. Nivel del compromiso organizacional según el sexo del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Tabla N° 16.

Compromiso organizacional según el sexo del distribuidor independiente de Omnilife

Sexo	n	%	C.A.	C.C.	C.N.	C.O.
Femenino	173	69.76%	4.80	4.31	4.52	4.54
Masculino	75	30.24%	4.43	3.77	4.18	4.13
Total	248	100.00%				

Vargas (2017), concluye a través de diversas investigaciones que las mujeres son las que tienden a encontrarse más comprometidas con la empresa en la cual laboran; sin embargo, menciona que no existe una diferencia importante entre ambos sexos con referencia al compromiso organizacional, lo cual se puede comprobar ambos argumentos en la investigación realizada, ya que, si bien las mujeres se encuentran más comprometidas que los hombres, no existe una diferencia significativa.

Asimismo, la empresa Omnilife cuenta con escuelas especializadas (CreSiendo), las cuales tienen el objetivo de apoyar a los distribuidores independientes de la compañía para el éxito de todos los emprendimientos que se realicen además de obtener mejores resultados de ventas como empresarios, donde la mayoría son mujeres, por ende consideran que las mujeres tienen un rol importante y están dando el ejemplo de autosuficiencia y desarrollo, así como con el reconocimiento y desarrollo de sus propios talentos, llevándolas al empoderamiento.

En lo que concierne a su edad, los distribuidores con una edad menor de 30 años, poseen el nivel más alto obtenido a comparación de los otros rangos de edades, con un nivel medio de compromiso organizacional de 4.63; sin embargo es importante señalar que aun teniendo un elevado grado de compromiso afectivo de los distribuidores, dando a entender que aun teniendo un compromiso emocionalmente por la empresa, se encuentran dispuestos a irse a otras empresas, intentando buscar mejoras tanto personales como económicas: esto debido a que tienen responsabilidades.

Tabla N° 17.

Compromiso organizacional según la edad del distribuidor independiente de Omnilife

Edad	n	%	CA	CC	CN	CO
Menos de 30 años	27	10.89%	4.90	4.40	4.58	4.63
De 30 a 39 años	52	20.97%	4.68	4.23	4.52	4.48
De 40 a 49 años	88	35.48%	4.81	4.32	4.52	4.55
De 50 años a mas	81	32.66%	4.77	4.29	4.49	4.52
Total	248	100.00%				

Mathieu y Zajac, citados por Marín (2003), mencionan que los colaboradores con más edad tienden a comprometerse emocionalmente con la empresa, esto se aprecia en los resultados que a medida que a más edad de los distribuidores más comprometidos se encuentran, sin embargo, aprecia un hecho extraño en donde los distribuidores con una edad de más a 50 años presentan un declive. Asimismo, Jiménez (citado por Marín, 2003), expresa que los individuos mayores de 40 años tienden en líneas generales mayores

niveles de compromiso, lo cual se puede confirmar en la investigación; además el hecho de encontrarse con una edad superior hace disminuir las expectativas de las personas y adaptarse a la situación en la que atraviesa la empresa.

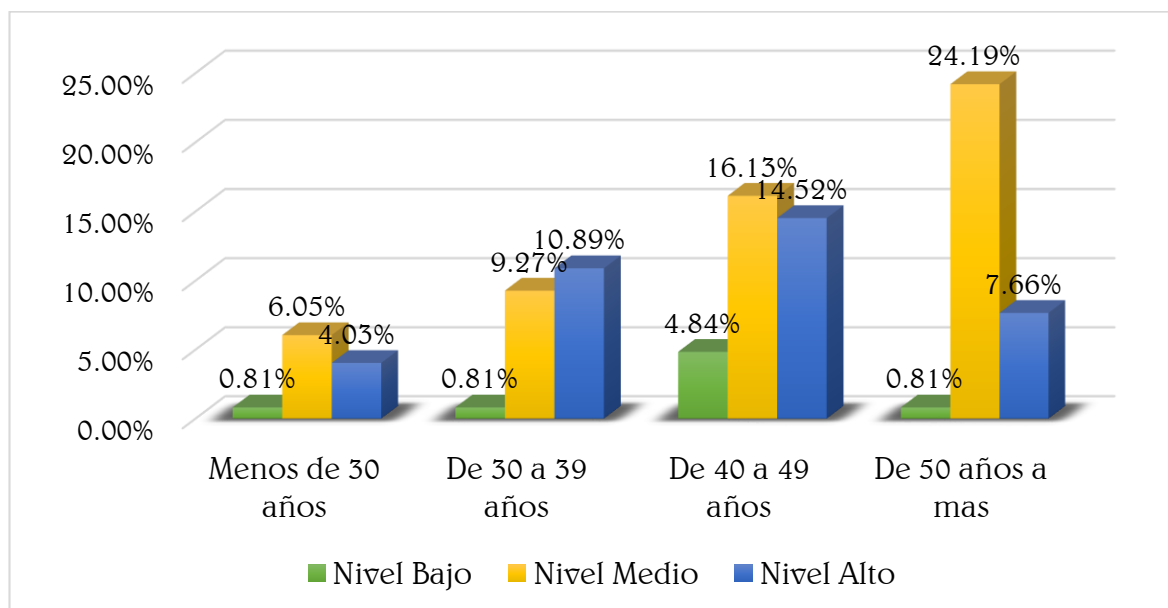


Figura N° 12. Nivel del compromiso organizacional según la edad del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Esto se confirma, en las investigaciones realizadas por Lok & Crawford (2010), Brimeyer, Perrucci & MacDermidWadsworth (2010) y Herscovitch & Topolnytsky (2012), los cuales analizaron la relación que existe entre la edad y el nivel de compromiso organizacional, en donde encontraron una relación positiva entre ambas variables, determinando que los trabajadores con mayor edad, sin importar su antigüedad en la organización son los más comprometidos (Acuña & Ventura, 2016).

Si bien es cierto, la mayoría de los empresarios que forman parte de la empresa son personas mayores, Omnilife es consciente que los jóvenes se están involucrando de una manera más dinámica en las organizaciones, por lo que Omnilife ha creado, el proyecto NFuerza, el cual es una plataforma de emprendimiento para impulsar el crecimiento empresarial de jóvenes empresarios independientes, menores de 33 años, la cual está presente en los países en que se encuentra la empresa, poniendo a su disposición la experiencia y las herramientas necesaria para que logren alcanzar los

mejores resultados, buscando dar una oportunidad de negocio; aprovechando las oportunidades tecnológicas que existen, lo cual ayudara considerablemente a tener un mayor alcance con respecto a su fuerza de ventas.

Los distribuidores con relacion a su estado civil, resalta que las personas solteras con un compromiso promedio de 4.63, ademas de poseer el promedio mas alto de compromiso normativo, lo que afirma que son los primeros en buscar nuevas oportunidades laborales, a diferencia de los distribuidores casados, los cuales poseen un nivel medio de compromiso organizacional, es importante mencionar, que son los distribuidores casados los que poseen un bajo compromiso continuo, esto ha raiz de lo que necesitan ingreso, debido a que estar casado genera una mayor responsabilidad.

Tabla N° 18.

Compromiso organizacional según el estado civil del distribuidor independiente de Omnilife

Estado Civil	n	%	CA	CC	CN	CO
Soltero(a)	32	12.90%	4.90	4.40	4.58	4.63
Casado(a)	176	70.97%	4.79	4.31	4.51	4.54
Conviviente	20	8.06%	4.91	4.38	4.56	4.62
Divorciado(a)	13	5.24%	4.83	4.35	4.50	4.56
Viudo(a)	7	2.82%	4.78	4.34	4.50	4.54
Total	248	100.00%				

Mathieu & Zajac (citados por Vargas, 2017) confirman lo ya mencionado anteriormente, que las personas casadas poseen un mayor nivel de compromiso organizacional, debido a que poseen mayores responsabilidades y obligaciones financieras que se acentuan por el hecho que constituir un hogar y/o tener una carga familiar. Sin embargo Arias et al (2003) mencionan que no existe una relacion significativa entre las dos variables.

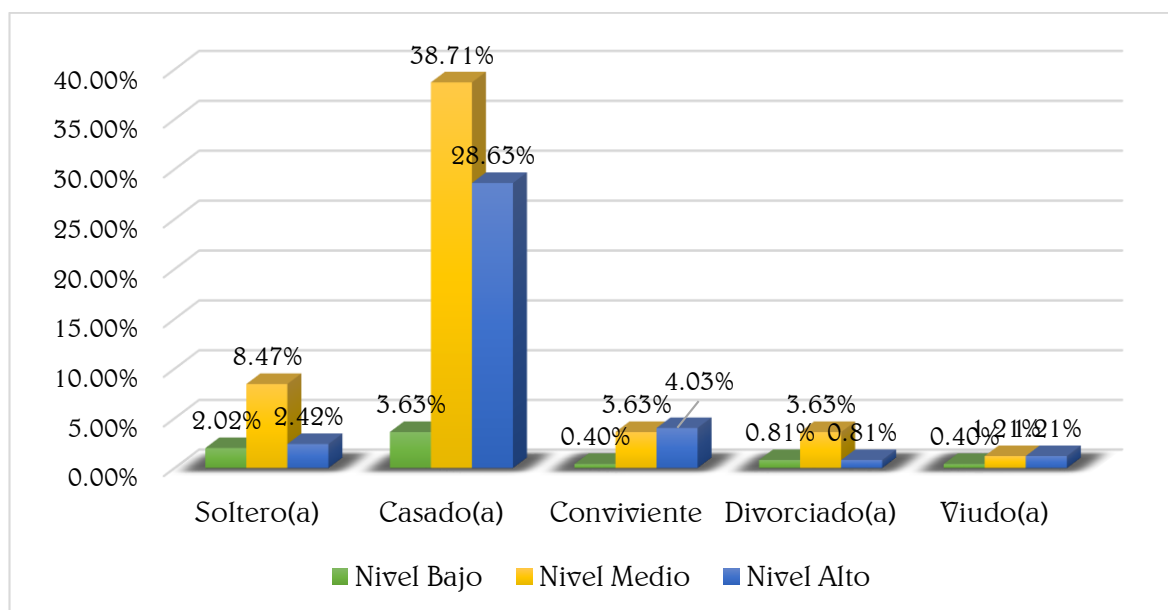


Figura N° 13. Nivel del compromiso organizacional según el estado civil del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Los distribuidores con 1, 2 y 3 hijos a más son los que poseen un grado promedio mayor de compromiso organizacional, lo que representa el 85.00%; esto debido a que tener una carga familiar, involucra una mayor responsabilidad en lo que respecta con su trabajo, por lo que se involucra con la empresa, de una manera por recibir de ella, ingresos económicos y lograr con el tiempo un apego emocional.

Tabla N° 19.

Compromiso organizacional según la carga familiar del distribuidor independiente de Omnilife

Carga Familiar	n	%	CA	CC	CN	CO
No tengo hijos	37	14.92%	4.81	4.34	4.50	4.55
1 hijo	72	29.03%	4.84	4.35	4.54	4.57
2 hijos	96	38.71%	4.78	4.30	4.50	4.53
3 hijos a mas	43	17.34%	4.80	4.31	4.52	4.54
Total	248	100.00%				

Por otra parte, Sánchez-Vidal (2011) menciona que la falta de tiempo para estar con los hijos y la familia es un factor que afecta al comportamiento del trabajador en las empresas; afectando directamente en su compromiso y su desempeño con esta, además es una de las razones para abandonarla. Las empresas con un modelo multinivel, como Omnilife, no poseen un horario de trabajo establecido, lo cual es favorable en estas circunstancias, ya que permite ser uno independiente y uno mismo establecer su horario de ventas.

El factor familiar juega un papel importante en este tipo de empresas, debido a que hace ver la venta directa como una opción atractiva de autoempleo que genere fuentes sostenibles de ingresos y flexibilidad en la gestión de sus propios ingresos.

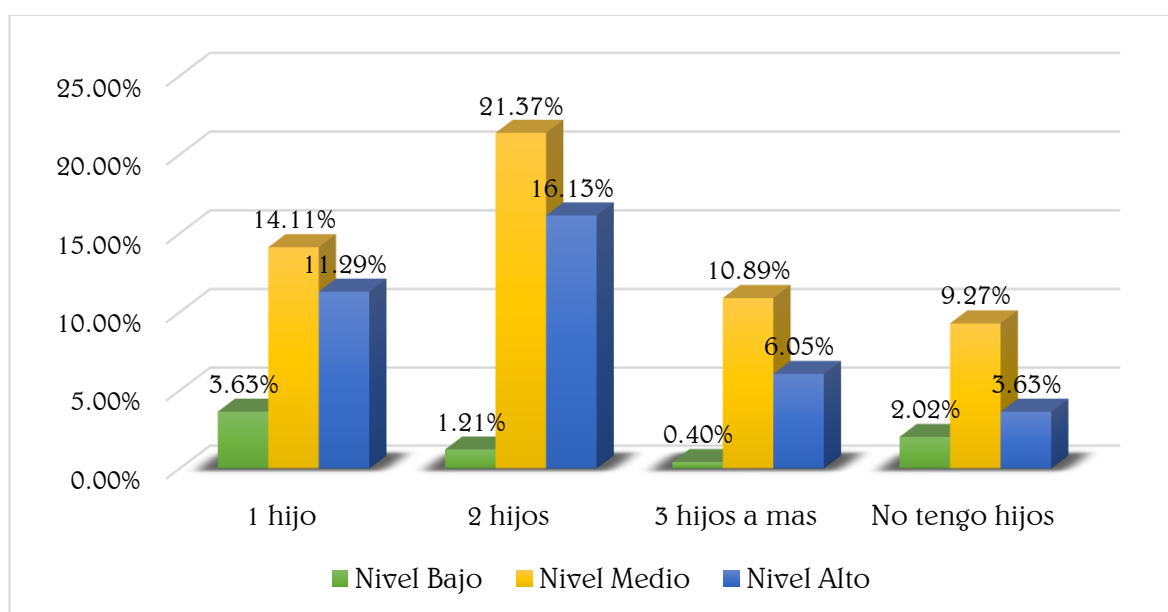


Figura N° 14. Nivel del compromiso organizacional según la carga familiar del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Por otro lado, los distribuidores independientes de la empresa Omnilife que poseen estudios secundarios poseen un compromiso promedio, debido a la oportunidad que la empresa les ha ofrecido, ya que, para tener éxito en este tipo de empresas, no es necesario tener un título profesional.

Por otro lado, los distribuidores con estudios superiores técnicos y universitarios tienen un nivel medio de compromiso organización aceptables, y es través de sus estudios los distribuidores pueden lograr expandir su red y generar ganancias considerables; aplicando técnicas o métodos aprendidos, enseñando esto a sus distribuidores, consolidando así su organización; esto es un valor agregado que poseen estos distribuidores.

Tabla N° 20.

Compromiso organizacional según el nivel de instrucción del distribuidor independiente de Omnilife

Nivel de Instrucción	N	%	CA	CC	CN	CO
Inicial	0	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00
Primaria	22	8.87%	4.91	4.41	4.56	4.63
Secundaria	65	26.21%	4.96	4.45	4.65	4.69
Superior Técnica	62	25.00%	4.80	4.31	4.52	4.54
Superior Universitaria	99	39.92%	4.79	4.31	4.51	4.54
Maestría	0	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	248	100.00%				

Para Ongallo (2007), lo más valioso es establecer una comunicación permanente con la empresa, ya que la expectativa primordial de un sistema multinivel es generar constante capacitación, en conocimientos y habilidades sociales al vendedor para lograr objetivos personales y organizacionales, y generar un buen proceso general mediante la búsqueda y evaluación, acercamiento al cliente, presentación, cierre y posteriormente cuando se venden productos, realizar un seguimiento.

Asimismo, existen diversos talleres que se le brinda en los centros de apoyo en los cuales se les ayuda en cuanto a formas de acercarse a la gente, como dirigir su negocio empleando métodos para motivar a las personas a través de la comunicación que es constante y determinada, logrando desarrollar puntos fuertes y competencias que pueden funcionar. Además, cada año Omnilife reúne a los distribuidores independientes de todos los países donde está presente, a través de la Academia de Empresarios Omnilife (CreSiendo), la cual es una unidad de negocio dedicada exclusivamente a la creación de

Programas de formación que permite el desarrollo pleno y la consolidación de empresarios a través de indicadores de avance en entrenamiento, así como el logro de objetivos en su Negocio Independiente; en donde aprenden a construir y fidelizar a tus inscritos y clientes, como también el desarrollo de habilidades para el seguimiento y fortalecimiento de su red de empresarios; además estas escuelas están a cargo de profesionales capacitados en coaching, que ayudan a los distribuidores a entender su problemática personal, a retomar sus valores como seres humanos y una parte muy valiosa de ellas es entender la importancia de la comunicación, el ser auténtico, el poder demostrar los sentimientos y básicamente descubrir el porqué del comportamiento personal para aprender a superar obstáculos.

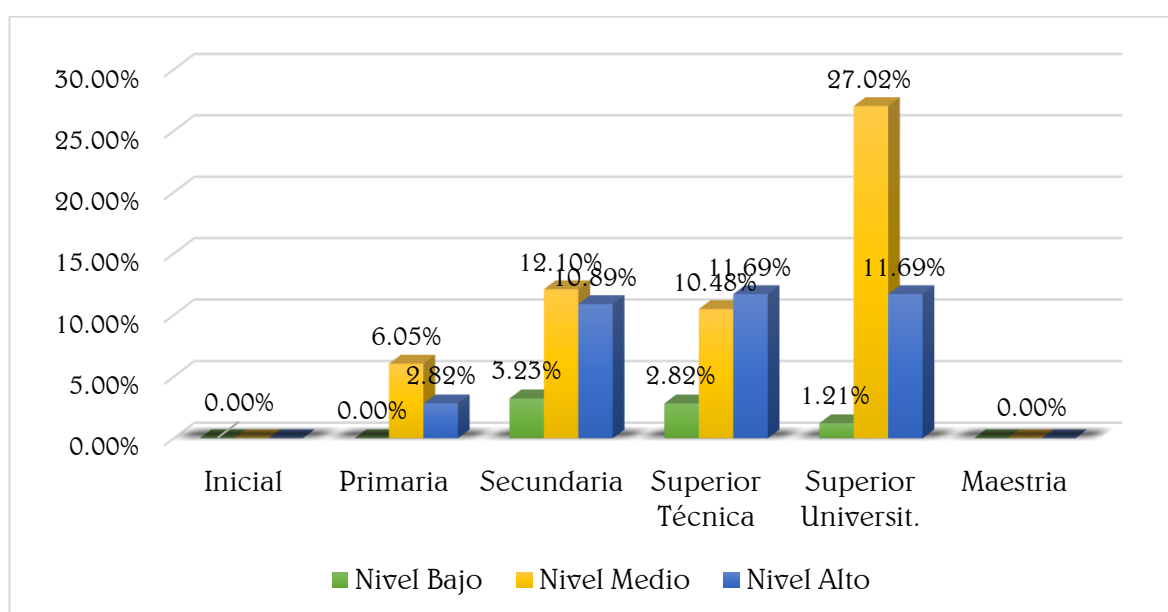


Figura N° 15. Nivel del compromiso organizacional según el nivel de instrucción del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Wallace (citado por Vargas, 2017) menciona que las personas que tienen mayores niveles de educación tienden a presentar menores niveles de compromiso, ya que perciben mayores oportunidades de crecer profesionalmente en distintas empresas; sin embargo, en esta investigación ocurre lo contrario.

Los distribuidores independientes de la empresa Omnilife que poseen un mayor grado de compromiso organizacional son los que tienen una antigüedad laboral menor

de 2 años con un 4.60, esto a raíz que en este tiempo el distribuidor puede lograr expandir su red y generar ganancias considerables, además que al ingresar a la empresa existen diversos tipos de beneficios.

Tabla N° 21.

Compromiso organizacional según la antigüedad laboral del distribuidor independiente de Omnilife

Antigüedad	n	%	CA	CC	CN	CO
Menos de 2 años	12	4.84%	4.86	4.40	4.53	4.60
De 2 a 5 años	92	37.10%	4.80	4.31	4.53	4.55
De 6 a 10 años	84	33.87%	4.80	4.31	4.52	4.54
Más de 10 años	60	24.19%	4.81	4.33	4.53	4.56
Total	248	100.00%				

Sin embargo, se destacan también los distribuidores con más de 10 años en la empresa, esto se debe que a mayor tiempo en cualquier organización las personas tienden a tener un mayor apego emocional con la empresa, ya que el compromiso afectivo es el que resalta con un mayor grado a comparación de los otros dos tipos de compromiso organizacional (continuo y normativo); como menciona Maritza Cornejo Lara: “Trabajé en una multinacional por 11 años, y estos 2 años en Omnilife han cambiado mi vida, es increíble que hasta ahora pueda cumplir las metas personales que me había propuesto” (Sánchez, p. 72, 2016).

Cardozo y Goncalvez (citados por Marín, 2003), indican que las personas que tienen más tiempo en la organización se encuentran más comprometidos que aquellos que tienen poco tiempo en la misma, lo cual en la investigación se está comprobado; siendo el grado de compromiso que poseen los distribuidores con más años en muy considerable, como Mario Andersch que tiene en la empresa 19 años, piensa que los cambios que ha realizado la empresa son para mejorar; y considera que Jorge Vergara es un líder indiscutible y confía plenamente en su visión, ya que todo lo que ha logrado ha sido de la mano de Omnilife. Asimismo, Esperanza Rodríguez, que con 24 años como distribuidora en la empresa confía plenamente en la empresa y en Jorge Vergara, además

menciona que aparte de ayudar a las personas, los distribuidores obtienen beneficios (Sánchez, 2016).

Esta oportunidad de negocio es distinta, debido a que no se trata solamente de comprar y vender, debido que es evidente que el hecho de distribuir los productos a quien los necesita es muy importante, el Distribuidor Independiente de Omnilife se da a la tarea de consumir el producto para conocerlo, para obtener resultados y poder compartir su testimonio con todas las personas que le rodean, cuando estas personas a su vez distinguen los resultados en ellos mismos, se forma una cadena de recomendación basada en resultados reales y no en mentiras. Es esta forma, y no la venta tradicional, la gran fórmula y el gran secreto del éxito de los distribuidores independientes que hace que se mantengan en la empresa por muchos años.

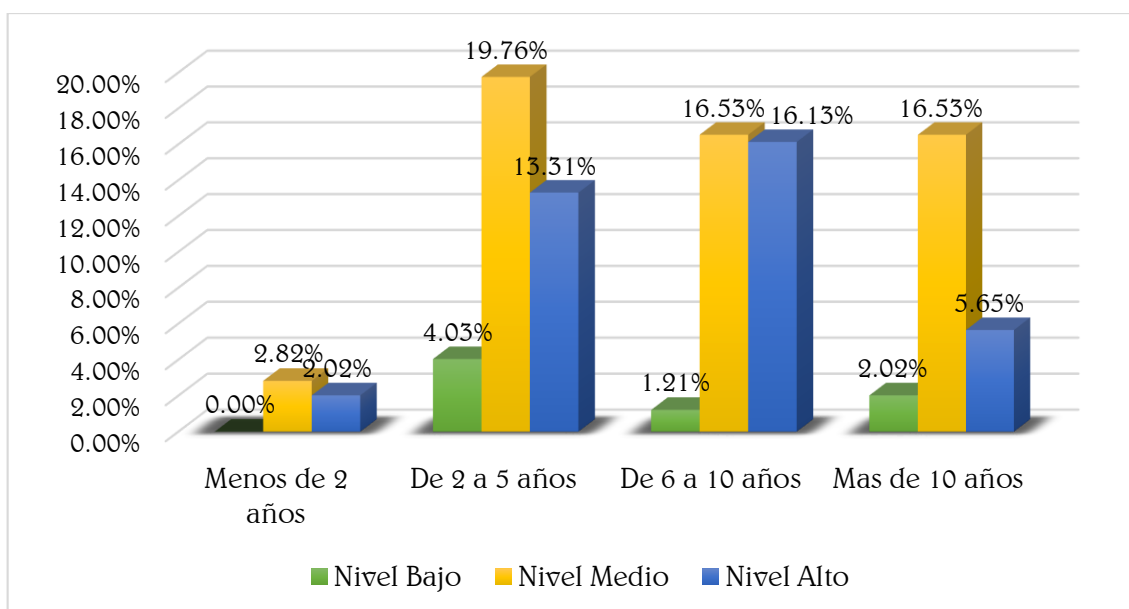


Figura N° 16. Nivel del compromiso organizacional según la antigüedad laboral del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Con respecto al nivel alcanzado por el distribuidor independiente de Omnilife, se observa que la mayoría de distribuidores poseen un nivel medio de compromiso organizacional, ocurre lo mismo que con la antigüedad de estos, debido a que al tener un nivel mayor alcanzas ciertos bonos por el nuevo sistema de compensación, lo cual a muchos de ellos, lo ven como una recompensa por su esfuerzo y tiempo invertido con

sus inscritos, con la captación de nuevas personas y con las capacitaciones que realizan en los diversos centros de apoyo; por ello a mayor nivel de compensación alcanzado, es menor es el número de distribuidores, ya que esto con lleva realizar una organización y capacitación que ha realizado con su red de distribuidores.

Tabla N° 22.

Compromiso organizacional según el nivel alcanzado del distribuidor independiente de Omnilife

Nivel Alcanzado	n	%	CA	CC	CN	CO
Bronce	133	53.63%	4.77	4.29	4.47	4.51
Plata	94	37.90%	4.80	4.31	4.53	4.55
Oro	20	8.06%	4.90	4.41	4.59	4.63
Diamante	1	0.40%	4.00	3.50	4.00	3.83
Doble Diamante	0	0.00%	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	248	100.00%				

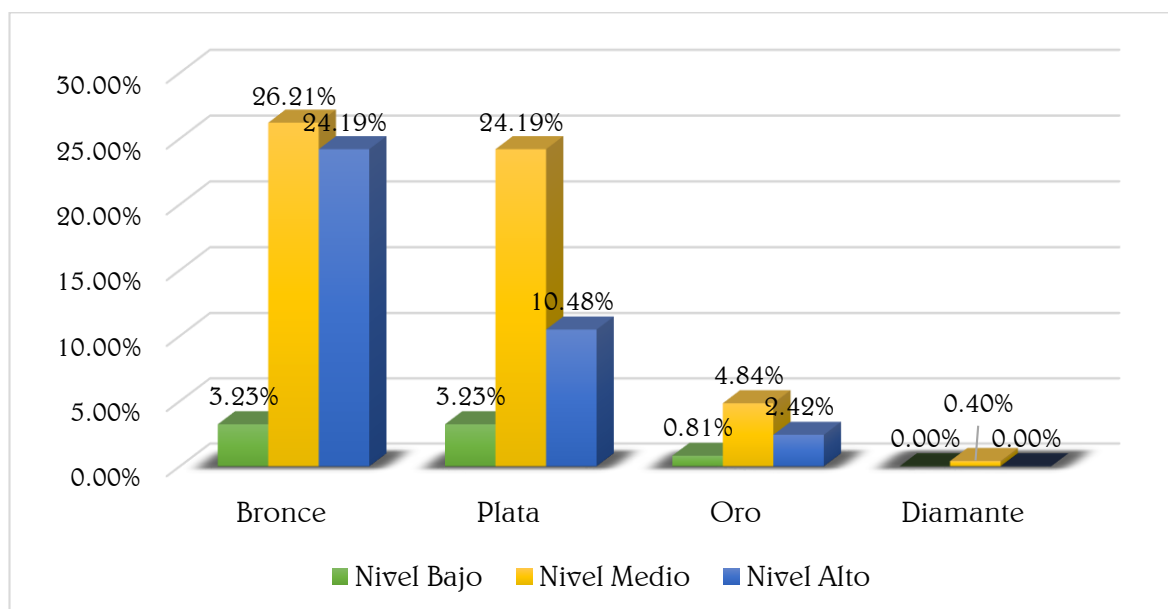


Figura N° 17. Nivel del compromiso organizacional según el nivel alcanzado del distribuidor independiente de Omnilife

Elaboración Propia

Wallace (citado por Vargas, 2017) menciona que los trabajadores de cualquier organización que se encuentren en un mayor nivel son los que más comprometidos se encuentran, debido a los beneficios que obtienen. Actualmente, Omnilife cuenta con un nuevo plan de compensación, esto no ha sido impedimento para que distribuidores no sigan creciendo, como menciona Lee Llallico Ortega (Sánchez, 2016), donde destaca que el nuevo plan de compensación es muy moderno y que afectaría a todos los distribuidores de una manera positiva generándoles mejores ganancias.

Por otro lado, se reconoce a cada distribuidor independiente como parte importante para la empresa ya que todos los distribuidores son iguales para la empresa así tengas cualquier categoría (Bronce, Plata, Oro o Diamante); por ello en Chiclayo existen muchos centros de apoyo, que son centros donde un distribuidor independiente capacita a sus distribuidores que se encuentran bajo su red de negocio, además de ofrecer charlas sobre cómo funciona la empresa, informando acerca de los beneficios de los productos y la novedades que implementa la empresa Omnilife.

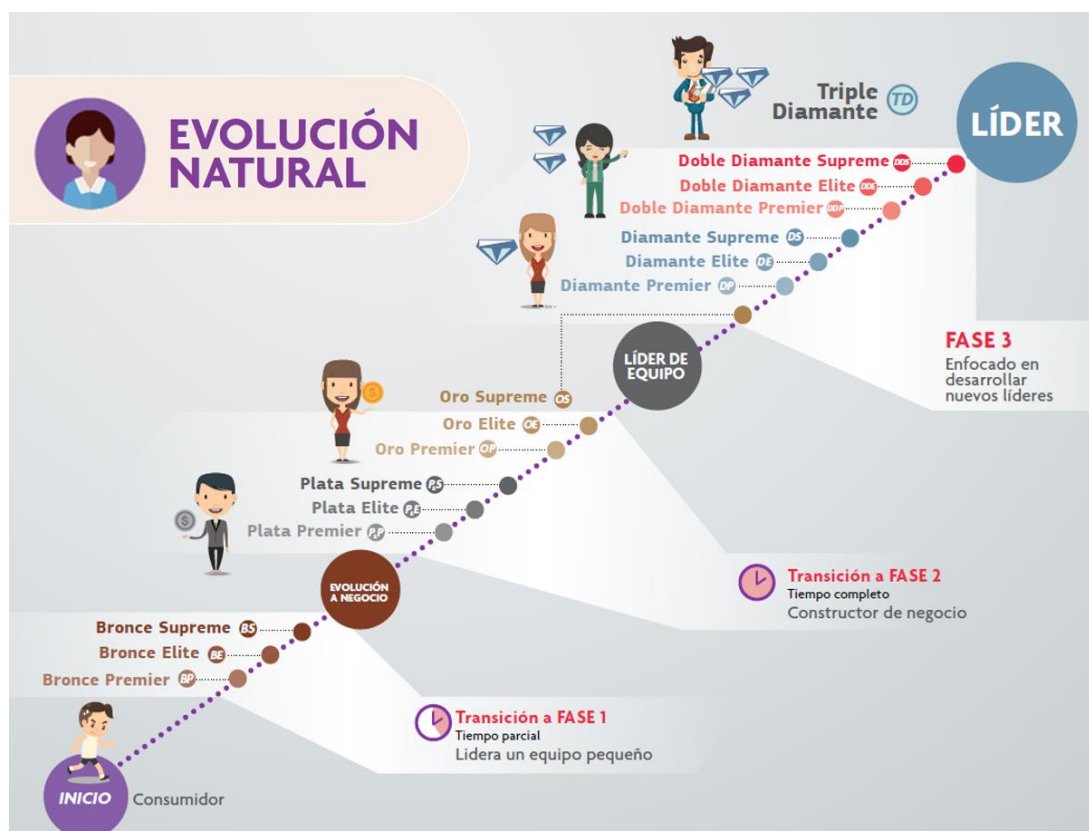


Figura N° 18. Evolución natural del distribuidor independiente de Omnilife

Fuente: Pagina Web de Omnilife

La oportunidad de negocio en Omnilife la puede tomar y desarrollar cualquier persona sin importar su nivel socioeconómico, cultural o educativo; aquella persona que elige desarrollar esta actividad tiene un potencial de crecimiento ilimitado, esto debido a que el nivel de ganancias es directamente proporcional al nivel de esfuerzo de cada distribuidor independiente, permitiendo a las personas llevar a cabo sus actividades en un horario flexible determinado por ellos mismos, así como también la ventaja de poder construir su propio negocio y disfrutar de un estilo de vida diferente, lo cual es muy importante para cualquier Distribuidor Independiente, asimismo Beas (2007) quien menciona que el marketing multinivel da la alternativa o ventaja de recibir un ingreso extra, para lo cual no se requiere de una inversión considerable y se maneja de una manera independiente; y la deserción de los vendedores radica principalmente por no tener un buen sistema de compensación.

La venta directa se está convirtiendo en una opción de trabajo de tiempo completo y se ha transformado en una industria que día a día demuestra cuán importante se ha convertido para la sociedad, haciendo uso de las oportunidades de crecimiento impulsados por el apoyo empresarial, la tecnología y los nuevos consumidores de mercados emergentes.

El sistema multinivel que ofrece la empresa Omnilife ayudan a personas que al volverse distribuidores activos de estas compañías logran alcanzar un nivel de éxito que no hubieran alcanzado en algún otro sistema de empleo tradicional dada su edad, su nivel educativo, su experiencia, entre otros factores.

Se debe tener en cuenta que, según Loli (2006), las variables como el sexo, la edad, el estado civil, el nivel de estudio, la antigüedad laboral, las condiciones laborales, el número de trabajadores y la ubicación o área de trabajo, no son variables que permitan establecer diferencias respecto al compromiso organizacional, es decir, el compromiso organizacional es igual para los trabajadores y la presencia de estas variables no altera su compromiso con la organización.

No obstante, el instrumento de compromiso organizacional aplicado para esta investigación desarrollado y revisado por Meyer & Allen (1997) ha sido aplicado anteriormente en varios estudios llevados a cabo en organizaciones peruanas, presentándose en su mayoría un nivel medio de compromiso organizacional y en sus dimensiones, lo cual refleja que los niveles de compromiso organizacional varían dependiendo de características personales y organizacionales, así como del entorno en el cual se encuentra enmarcada la organización.

V. CONCLUSIONES

A partir de análisis de los resultados de la presente investigación se puede concluir lo siguiente:

El compromiso organizacional existente en los distribuidores independientes de la empresa Omnilife ubicada en la ciudad de Chiclayo, se encuentra en un nivel medio, esto es significativo ya que se traduce de una manera positiva para la organización, es decir que existe un sentido de pertenencia, como también de una relación intensa entre el trabajador y su organización, además de una moderada identificación y obligación, donde el trabajador percibe algún costo asociado en dejar la empresa.

Si bien han surgido distintos enfoques para el análisis del compromiso organizacional, en nuestros días se ha llegado a la conclusión de que el compromiso tiene tres caras, en otras palabras, tres dimensiones, lo cual no significa que existan tres variables distintas, sino que en realidad es una sola con tres facetas.

Identificar el nivel del compromiso afectivo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo.

En cuanto a la dimensión compromiso afectivo, existente los distribuidores independientes de la empresa Omnilife se encuentra en un nivel medio, lo cual es muy significativo en la empresa, ya que contar con trabajadores con nivel promedio de esta dimensión de compromiso beneficia a cualquier tipo de organización, porque se cuenta con una persona plenamente comprometido no solo en los momentos buenos en los que atraviesa la empresa.

Identificar el nivel del compromiso continuo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo.

De otro lado, la dimensión compromiso continuo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife se encuentra en un nivel medio, esto podría tener consecuencias negativas para la organización, debido a que los distribuidores se dan cuenta que existe diversas oportunidades laborales a las que podrían acceder, esto a raíz del gran auge de las empresa con un modelo de venta directa en el mercado

chiclayano, sin embargo los distribuidores reconsideran lo que han invertido en la empresa, y eso es muy importante que influye a la hora de pensar en dejar la empresa.

Identificar el nivel del compromiso normativo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo.

Por otra parte, la dimensión compromiso normativo de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife, la cual también se encuentra en un nivel medio, al igual que las otras dos dimensiones, esta dimensión es considerada importante ya que corresponde al lazo de lealtad que posee la persona con la organización, esto inicialmente fomentado por lo otorgado beneficios otorgados por esta a los distribuidores; y se refleja en los aspectos tanto en la mejora de su salud, la cual es la principal razón por la cual la gran mayoría de los distribuidores ingresan a la empresa, como económicos.

Determinar la relación compromiso organizacional con los factores sociodemográficos de los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo

La presente investigación ha permitido evaluar el grado del compromiso organizacional que presentan los distribuidores independientes de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo; además se decidió tomar algunas variables que influyen en estos; las cuales han permitido tener comparaciones más detalladas de las actitudes de los distribuidores independientes de Omnilife, los resultados obtenidos no nos permiten hacer generalización a toda la población, sin embargo la muestra arrojó las siguientes tendencias:

- Las mujeres distribuidoras de Omnilife demuestran estar más comprometidas que los varones.
- Los distribuidores independientes con menos de 30 años son los más comprometidos; sin embargo, son los primeros en estar buscando nuevas oportunidades en el mercado.
- Los distribuidores independientes, con respecto a su carga familiar que tienen hijos son los más comprometidos, determinado por la satisfacción que han podido recibir de la empresa para con ellos.

- Aquellos distribuidores independientes que tienen en la organización menos de 2 años, cuentan con un mayor compromiso hacia la empresa, esto como parte de lo invertido en esta.
- Aquellos distribuidores independientes que tienen un nivel de educación secundaria cuentan con un mayor compromiso hacia la empresa, sin embargo, esto no es condicional de la variable.
- Si tomamos en cuenta el nivel alcanzado por los distribuidores independientes en Omnilife, se tiene que aquellas que se encuentren en categoría oro, son los más comprometidos también por lo aportado a la empresa y a su red de distribuidores.

Asimismo, es importante recalcar que estos ponen en práctica todo lo aprendido en los años que tienen en la empresa, y efectivamente al ayudar a sus distribuidores y atender a sus clientes, se dan cosas muy interesantes, ya que las personas se sienten muy bien atendidas, el distribuidor se compromete con su trabajo, el platicar con la personas, y compartir su testimonio, ofreciendo la oportunidad del negocio; además se hace notar que el éxito no es de unas cuantas personas, ya que todos tienen la misma oportunidad, ya sea por la educación, por las costumbres, por su edad, o diversos factores; en la empresa se puede constatar que existen personas que no sabían leer ni escribir sin embargo han alcanzado lo que se han propuesto, teniendo las mismas oportunidades de aquellas personas que están muy bien preparadas profesionalmente.

VI. RECOMENDACIONES

El diagnóstico generado en la presente investigación, busca que se mejoren los resultados obtenidos en los indicadores y las dimensiones, ya que si bien presentan niveles aceptables, pueden mejorar sobre todo porque el agente principal de este tipo de organizaciones es el distribuidor independiente, asimismo para toda empresa es de suma importancia conocer cómo se encuentran sus empleados, si realmente se puede contar con ellos para afrontar cualquier reto que se presente a corto, mediano y/o largo plazo, es por ello que también esta investigación podría complementarse con un estudio de clima y desempeño organizacional.

Seguir manejando el lema “GENTE QUE CUIDA A LA GENTE”, el cual comprende diversos aspectos al hacer notar que el dinero es solo un medio para lograr sus metas, llevando bienestar a más gente, además de ayudarles a alcanzar una realización plena, premiando su dedicación y su esfuerzo; por lo que sea esta la razón principal por la cual sus distribuidores independientes se sientan comprometidos con ella, por lo cual Omnilife debería tener esta herramienta como parte de su estrategia principal.

Del mismo modo, seguir con las visitas realizadas a los centros de apoyo, por parte del staff de la empresa informando acerca de los próximos eventos y recogiendo las consultas y sugerencias las cuales ayuden a que sus distribuidores independientes, y así sigan demostrando lo mejor de ellos y a disfrutar de su trabajo. Además de motivarlos a compartir con otras personas su testimonio, experiencia y su mejora personal y económicamente, ya que, desde su nacimiento, Omnilife ha buscado intervenir en la vida de las personas para mejorarla en todos los aspectos de su vida.

Es indispensable tener pleno conocimiento de la importancia del talento humano dentro de la organización, ya que el mismo contribuye con conocimientos, capacidades y habilidades para la toma de decisiones y elección de alternativas que dinamizan a la organización.

VI. LISTA DE REFERENCIAS

- Acuña, Y. & Ventura, C. (2016). Propuesta de mejora del nivel de compromiso de los trabajadores en la empresa “Cerámicos Lambayeque” (tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Amador, O. (27 de septiembre de 2016). Omnilife supera vendaval y va por expansión. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Omnilife-supera-vendaval-y-va-por-expansion-20160927-0102.html>
- Argomedo, J. (2013). Satisfacción laboral y compromiso organizacional en personal civil de una institución militar de Lima Metropolitana. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Arias, F. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento. *Revista Contaduría y Administración*, Nro. 200, 5-12.
- Beas, M. (2007). *Millonarios por Multinivel*. Canadá: Editorial TRAFFOR
- Betanzos, N. (2007). *Factores antecedentes y consecuentes del compromiso organizacional* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F. Recuperado de <http://132.248.9.195/pd2007/0616258/>
- Betanzos, N., Andrade, P. & Paz, F. (2006). Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 25-43.
- Bravo, E. (2013). El compromiso laboral (engagement) en las áreas administrativas de un medio de comunicación escrito de la ciudad de Quito – Ecuador (tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.
- Bravo, M. & Cárdenas, D. (2005). Relación entre el clima organizacional y el compromiso que poseen los trabajadores de una empresa de servicios de asesoría (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Cabrera, J. & Urbiola, A. (2012). Compromiso organizacional y estrés ocupacional: estudio de caso en una empresa de distribución y venta de gas lp en Costa Rica. *Gestión y estrategia*, Nro. 41, 15-28.

- Chiang, M., & Núñez, A., Martín, M. & Salazar, M. (2010). Compromiso del Trabajador hacia su Organización y la relación con el Clima Organizacional: Un Análisis de Género y Edad. *Panorama Socioeconómico*, 28(40), 90-100.
- Durrengo, A. & Echevarría, N. (1999). Relación entre el compromiso organizacional y satisfacción laboral (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Flores, M. & Rodríguez, C. (2006). Relación entre el compromiso organizacional y el desempeño contextual (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Figuroa, C. (2016). Propiedades psicométricas del cuestionario de compromiso organizacional en trabajadores públicos de la región La Libertad. (Tesis pre grado). Recuperado en: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/263>
- García, A. (2015). Síndrome de burnout y compromiso organizacional en trabajadores de un grupo importador de vehículos menores – región norte 2012 (tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Hellriegel, D. & Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México D.F.: Cengage Learning.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hurtado-Arrieta, M. (2017). Bases conceptuales del compromiso organizacional. Una visión de implicación, según Meyer y Allen, y su medición en dos empresas del sector retail de Piura (Tesis de pregrado). Universidad de Piura, Piura.
- Loli, A. (2006). Compromiso organizacional de los trabajadores de una universidad pública de lima y su relación con algunas variables demográficas. *REVISTA IIPSI*, 9 (1), 37-67.
- Marín, M. (2003). Relación entre el clima y el compromiso organizacional en una empresa del sector petroquímico (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Meyer J. P. & Allen N. J. (1991), A three-component conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, vol.1, n° 1, pág. 61-89. Recuperado de http://www.researchgate.net/publication/222453827_A_Three-Component_Model_Conceptualization_of_Organizational_Commitment

- Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1997). Commitment in the workplace. Theory, Research and Application. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=jn4VFpFJ2qQC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Núñez, E. & Solano, C. (2008). Relación entre compensación total y compromiso organizacional. estudio de caso: empresa del sector retail (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Ochoa, V. (11 de enero de 2018). Mercado de consumer health en Perú mueve S/ 3,600 millones. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/mercado-consumer-health-peru-mueve-s-3-600-millones-224670>
- Omar, A. & Florencia, A. (2008). Valores personales y compromiso organizacional. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 13(2), 353-372.
- Ongallo, C. (2007). El libro de la venta directa: el sistema que ha transformado la vida de millones de personas. Madrid: Díaz de Santos.
- Paulin, M. & Quintero, M. (2006). Relación entre las oportunidades de desarrollo profesional disponibles en la empresa y el compromiso organizacional (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Peralta, M., Santofimio, A., & Segura, V. (2007). El compromiso laboral: discursos en la organización. *Psicología desde el Caribe*, (19), 81-109.
- Pérez, C. (2013). Relación del grado de compromiso organizacional y el desempeño laboral en profesionales de la salud de un hospital público (tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León.
- Pérez, E. (2016). El clima organizacional y su influencia en el compromiso organizacional: caso Sipán distribuciones S.A.C. (tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Pintado, E. (2011). Comportamiento Organizacional: gerenciación y liderazgo conductivo del talento humano. Lima: Autores Nacionales.
- Ramos, A. (2005). El compromiso organizacional y su relación con el desempeño docente de los profesores del programa universitarios de inglés de la Universidad de Colima (Tesis de maestría). Universidad de Colima, México). Recuperado de http://digeset.ucol.mx/tesis_posgrado/Pdf/Abel_Ramos_Madrigal.PDF
- Rico, P. & Rodríguez, C. (1998). Compromiso organizacional y desempeño: Estudio de Caso (tesis de pregrado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

- Ríos, M., Del Rayo, M., & Ferrer, J. (2010/2009). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. No. 231, 103-125
- Rivera, O. (2010). Compromiso organizacional de los docentes de una institución educativa privada de lima metropolitana y su correlación con variables demográficas (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Robbins, S. (2009). Comportamiento Organizacional. México D.F.: Pearson.
- Rodríguez, A., Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M., Montalbán, M., Sánchez, E. & Zarco, V. (2004). Psicología de las organizaciones. Barcelona: Editorial UOC.
- Ruiz de Alba, J. (2013). El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno. Revista de Estudios Empresariales. 1, 67-86.
- Sánchez, E. (marzo-septiembre de 2016). OM Magazine, 8(27). Omnilife de México, S.A.
- Vargas, K. (2017). Grado de compromiso organizacional según el modelo de Meyer & Allen en los médicos residentes del hospital regional docente "Las Mercedes" (tesis de pregrado), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

VII. ANEXOS

Anexo A: Instrumento para la recopilación de datos

CUESTIONARIO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA OMNILIFE

A continuación, se muestra una serie de preguntas, las cuales han sido realizadas con el fin de determinar el grado de compromiso organizacional del distribuidor independiente de la empresa Omnilife en la ciudad de Chiclayo; para ello se le pide responder a todas las preguntas con sinceridad y absoluta libertad.

1. Sexo:

- Masculino
 Femenino

2. Edad:

- Menos de 30 años
 De 30 a 39 años
 De 40 a 49 años
 De 50 años a mas

3. Estado civil:

- Soltero(a)
 Casado(a)
 Conviviente
 Divorciado(a)
 Viudo(a)

4. Nivel de Instrucción:

- Inicial
 Primaria
 Secundaria
 Sup. Técnico
 Sup. Universitaria
 Maestría / Doctorado

5. Carga Familiar

- No tengo hijos
 1 hijo
 2 hijos
 3 hijos a mas

6. ¿Cuánto tiempo lleva en la empresa?

- Menos de 2 años
 De 2 a 5 años
 De 6 a 10 años
 Mas de 10 años

7. ¿En qué nivel se encuentra?

- Bronce
 Plata
 Oro
 Diamante
 Doble Diamante

8. ¿Dentro de los niveles mencionados en cual se encuentra?

- Premier
 Élite
 Suprime

Lea cuidadosamente cada afirmación y marque con una "X" dentro del recuadro que refleje mejor su situación, considerando la siguiente escala:

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEMS		1	2	3	4	5	6	7
1	Si yo no hubiera invertido tanto en esta empresa, consideraría trabajar en otra parte.							
2	Aun si fuera por mi beneficio, siento que no sería correcto dejar la empresa ahora.							
3	Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera renunciar a la empresa en este momento							
4	Permanecer en la empresa actualmente es un asunto tanto de necesidad como de deseo.							
5	Si renunciara a esta empresa siento que tendría muy pocas opciones de trabajo.							
6	Sería feliz si trabajara el resto de mi vida en esta empresa.							
7	Me sentiría culpable si renunciara a la empresa en este momento.							
8	Esta empresa merece mi lealtad.							
9	Realmente siento los problemas de la empresa como propios.							
10	No siento ninguna obligación de permanecer en la empresa actualmente.							
11	No renunciaría a la empresa porque tengo un sentimiento hacia ella.							
12	Esta empresa tiene para mí un alto grado de significación personal.							
13	Le debo mucho a la empresa.							
14	No me siento como parte de la familia en esta empresa.							
15	No tengo un fuerte sentimiento de pertenencia hacia la empresa.							
16	Una de las consecuencias de renunciar a la empresa sería las pocas opciones de trabajo							
17	Sería muy difícil dejar la empresa en este momento, incluso si lo deseara.							
18	No me siento emocionalmente vinculado con esta empresa.							

... GRACIAS POR SU TIEMPO

Anexo B: Resultados alcanzados por las Valoración de Expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado experto: MBA Luis Angulo Bustos

Presente.

ASUNTO: Validación de Instrumento a través de Juicio de Expertos.

Por medio de la presente tengo el agrado de dirigirme a usted para manifestarle mi cordial saludo, así mismo hago de su conocimiento que soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo (USAT). Dada su experiencia profesional, méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforma el instrumento, en cuanto a su redacción para el tipo de negocio que se va a investigar*, que serán aplicados a una muestra de la cual tiene como propósito recabar información sobre la investigación cuyo título es: **"DIAGNOSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO"**, el cual será presentado como investigación para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas.

Agradezco emitir su juicio para la validación de los instrumentos, de acuerdo a los siguientes criterios:

Claridad: Planteamiento explícito que no da lugar a dudas o ambigüedades.

Sus observaciones y recomendaciones de esta validación serán de gran ayuda para la aplicación del cuestionario, por lo tanto le agradezco altamente su colaboración.

Atentamente.

TESISTA: Jesús Aldair Martínez Melendez

DNI: 74444632

* Cuestionario de **Meyer y Allen (1997)** el cual ya está validado en cuanto a consistencia.

No hay modificaciones!

FORMATO DE VALIDACIÓN

Í T E M S	OPINIÓN DE RESPUESTAS				CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	excelente	bueno	regular	deficiente	La redacción es clara, precisa y comprensiva	
					SI	NO
1		✓			✓	
2		✓			✓	
3		✓			✓	
4		✓			✓	
5		✓			✓	
6		✓			✓	
7		✓			✓	
8		✓			✓	
9		✓			✓	
10		✓			✓	
11		✓			✓	
12		✓			✓	
13		✓			✓	
14		✓			✓	
15		✓			✓	
16		✓			✓	
17		✓			✓	
18		✓			✓	



FIRMA DE EXPERTO

MBA. Luis Angulo Bustos.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado experto: Mgtr. Adalberto León Herrera,

Presente.

ASUNTO: Validación de Instrumento a través de Juicio de Expertos.

Por medio de la presente tengo el agrado de dirigirme a usted para manifestarle mi cordial saludo, así mismo hago de su conocimiento que soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo (USAT). Dada su experiencia profesional, méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforma el instrumento, en cuanto a su redacción para el tipo de negocio que se va a investigar*, que serán aplicados a una muestra de la cual tiene como propósito recabar información sobre la investigación cuyo título es: "**DIAGNOSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**", el cual será presentado como investigación para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas.

Agradezco emitir su juicio para la validación de los instrumentos, de acuerdo a los siguientes criterios:

Claridad: Planteamiento explícito que no da lugar a dudas o ambigüedades.

Sus observaciones y recomendaciones de esta validación serán de gran ayuda para la aplicación del cuestionario, por lo tanto le agradezco altamente su colaboración.

Atentamente.

TESISTA: Jesús Aldair Martínez Melendez

DNI: 74444632

* Cuestionario de Meyer y Allen (1997) el cual ya está validado en cuanto a consistencia.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Í T E M S	OPINIÓN DE RESPUESTAS				CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	excelente	bueno	regular	deficiente	La redacción es clara, precisa y comprensiva	
					SI	NO
1		✓			✓	
2		✓			✓	
3			✓		✓	
4		✓			✓	
5			✓		✓	
6		✓			✓	
7				✓		✓
8		✓			✓	
9		✓			✓	
10			✓		✓	
11		✓			✓	
12			✓		✓	
13		✓			✓	
14			✓			✓
15			✓		✓	
16		✓			✓	
17			✓		✓	
18			✓		✓	



FIRMA DEL EXPERTO

Mgtr. Adalberto León Herrera,

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado experto: Mgtr. Aylene Serruto Perce

Presente.

ASUNTO: Validación de Instrumento a través de Juicio de Expertos.

Por medio de la presente tengo el agrado de dirigirme a usted para manifestarle mi cordial saludo, así mismo hago de su conocimiento que soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo (USAT). Dada su experiencia profesional, méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforma el instrumento, en cuanto a su redacción para el tipo de negocio que se va a investigar*, que serán aplicados a una muestra de la cual tiene como propósito recabar información sobre la investigación cuyo título es: **"DIAGNOSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO"**, el cual será presentado como investigación para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas.

Agradezco emitir su juicio para la validación de los instrumentos, de acuerdo a los siguientes criterios:

Claridad: Planteamiento explícito que no da lugar a dudas o ambigüedades.

Sus observaciones y recomendaciones de esta validación serán de gran ayuda para la aplicación del cuestionario, por lo tanto le agradezco altamente su colaboración.

Atentamente.

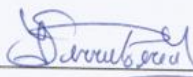
TESISTA: Jesús Aldair Martínez Melendez

DNI: 74444632

* Cuestionario de Meyer y Allen (1997) el cual ya está validado en cuanto a consistencia.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Í T E M S	OPINIÓN DE RESPUESTAS				CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	excelente	bueno	regular	deficiente	La redacción es clara, precisa y comprensiva	
					SI	NO
1	/				/	
2	/				/	
3	/				/	
4	/				/	
5	/				/	
6	/				/	
7	/				/	
8	/				/	
9	/				/	
10	/				/	
11	/				/	
12	/				/	
13	/				/	
14	/				/	
15	/				/	
16	/				/	
17	/				/	
18	/				/	



FIRMA DE EXPERTO

Mgtr. Aylén Serrato Perea.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado experto: Mgt. Cecilia Alayo Palomino

Presente.

ASUNTO: Validación de Instrumento a través de Juicio de Expertos.

Por medio de la presente tengo el agrado de dirigirme a usted para manifestarle mi cordial saludo, así mismo hago de su conocimiento que soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo (USAT). Dada su experiencia profesional, méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforma el instrumento, en cuanto a su redacción para el tipo de negocio que se va a investigar*, que serán aplicados a una muestra de la cual tiene como propósito recabar información sobre la investigación cuyo título es: **"DIAGNOSTICO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE LA EMPRESA OMNILIFE EN LA CIUDAD DE CHICLAYO"**, el cual será presentado como investigación para optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas.

Agradezco emitir su juicio para la validación de los instrumentos, de acuerdo a los siguientes criterios:

Claridad: Planteamiento explícito que no da lugar a dudas o ambigüedades.

Sus observaciones y recomendaciones de esta validación serán de gran ayuda para la aplicación del cuestionario, por lo tanto le agradezco altamente su colaboración.

Atentamente.


TESISTA: Jesús Aldair Martínez Melendez

DNI: 74444632

* Cuestionario de **Meyer y Allen (1997)** el cual ya está validado en cuanto a consistencia.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Í T E M S	OPINIÓN DE RESPUESTAS				CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	excelente	bueno	regular	deficiente	La redacción es clara, precisa y comprensiva	
					SI	NO
1			/		/	
2			/		/	
3			/		/	
4			/		/	
5			/		/	
6			/		/	
7			/		/	
8		/			/	
9		/			/	
10		/			/	
11		/			/	
12		/			/	
13		/			/	
14		/			/	
15		/			/	
16		/			/	
17		/			/	
18		/			/	



 FIRMA DEL EXPERTO

Mgtr. Cecilia Alayo Palomino

Anexo C: Matriz de Respuesta de la Prueba Piloto

Nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	7	7	7	7	6	7	7	6	6	3	7	5	7	7	7	4	7	7
2	7	7	7	7	6	7	7	6	4	1	7	7	7	7	4	7	7	7
3	7	7	7	7	7	7	7	7	4	1	7	7	7	7	7	4	7	7
4	7	7	7	7	7	7	7	6	6	3	7	7	7	7	4	7	2	7
5	7	7	7	7	7	7	7	6	6	3	7	7	7	7	4	7	2	7
6	7	7	7	7	7	7	6	7	7	1	7	7	7	7	4	7	7	7
7	7	6	7	5	5	5	5	3	3	2	5	4	5	7	7	5	6	7
8	7	7	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7	4	7	7	7
9	7	7	7	7	7	7	7	5	5	6	6	6	7	7	6	7	6	7
10	7	7	7	3	1	6	5	1	2	1	2	6	7	7	6	5	7	7
11	7	7	7	7	7	1	7	1	7	3	7	7	7	7	5	7	7	7
12	7	7	6	7	2	4	5	1	2	1	1	1	5	7	6	7	6	7
13	7	7	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7	4	7	7	7
14	7	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	4	7	7	7
15	7	7	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7	4	7	7	7
16	7	7	7	6	7	6	7	5	5	3	6	7	7	7	4	7	7	1
17	7	7	7	7	7	5	7	7	2	3	5	7	7	7	7	4	7	7
18	7	7	7	7	7	7	7	7	6	3	7	7	7	7	4	7	7	7
19	7	7	7	7	7	7	7	7	7	3	7	4	6	7	4	7	7	7
20	7	7	7	7	7	4	7	5	7	1	5	7	4	7	4	5	7	7

Anexo D: Alfa de Cronbach de la Prueba Piloto

Análisis de fiabilidad del compromiso organizacional

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	20	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,758	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	102,5500	107,313	,000	,761
VAR00002	102,6000	105,726	,334	,757
VAR00003	102,6000	104,463	,613	,753
VAR00004	102,9000	95,147	,580	,733
VAR00005	103,3000	78,958	,835	,692
VAR00006	103,4500	92,787	,393	,742
VAR00007	102,9000	94,726	,829	,727
VAR00008	104,1500	73,924	,772	,692
VAR00009	104,2000	83,011	,610	,717
VAR00010	107,4000	101,937	,139	,763
VAR00011	103,5000	77,316	,887	,685
VAR00012	103,3500	88,555	,549	,727
VAR00013	102,9500	98,155	,479	,741
VAR00014	102,5500	107,313	,000	,761
VAR00015	104,6000	120,042	-,513	,807
VAR00016	103,3000	102,747	,127	,763
VAR00017	103,2000	108,484	-,110	,787
VAR00018	102,8500	106,871	-,049	,778

Anexo E: Matriz de Respuesta de la Muestra

Nº	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	1	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4
2	7	3	6	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	5	7	7	7	7
3	7	5	5	7	7	7	5	7	4	4	4	7	5	4	7	7	7	7
4	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	6	7
5	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
6	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
7	7	4	4	6	7	4	6	6	7	7	5	6	7	5	6	7	7	6
8	7	3	4	7	3	4	7	5	7	5	3	7	7	5	6	5	3	7
9	4	3	4	6	4	5	4	6	5	6	2	6	5	5	6	4	4	4
10	7	3	4	6	7	5	7	5	6	3	4	7	7	4	6	7	7	7
11	3	1	3	3	3	4	3	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3
12	7	3	6	7	1	3	3	7	4	7	3	7	3	4	4	1	7	7
13	7	3	7	3	5	3	6	7	2	5	3	7	7	5	6	5	5	3
14	7	3	7	4	5	3	6	7	1	5	3	7	7	5	6	5	5	7
15	4	1	4	4	4	1	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	1	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	1	4
17	4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
18	4	1	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
19	5	2	4	5	6	2	5	6	4	6	6	5	5	6	5	6	5	5
20	7	1	7	7	7	1	7	7	7	1	6	7	7	7	7	7	7	7
21	5	4	5	7	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	7	5	5	7
22	7	1	7	7	7	1	4	1	1	4	1	4	4	3	4	7	7	4
23	7	5	3	7	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	5	5	4
24	7	1	7	7	7	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	7	7	4
25	5	5	3	1	3	5	5	4	5	3	1	5	1	4	4	3	4	4
26	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	3	5	3	4	4	5	4	4
27	3	1	3	3	4	1	4	4	3	4	1	3	3	3	3	4	4	3
28	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	2	4	1	4	4	4	4	4
29	4	3	4	4	5	5	4	1	3	1	1	4	5	4	4	5	5	2
30	5	3	3	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	1	5	4
31	5	3	3	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	5	3	5	5	5

32	5	3	3	5	5	3	4	4	3	4	5	3	4	5	3	5	5	5
33	5	3	4	3	3	5	4	3	5	3	2	3	5	3	3	5	5	5
34	5	3	4	3	5	5	4	3	5	3	2	3	5	3	3	5	5	5
35	5	3	4	3	5	5	4	3	5	3	2	3	5	3	3	5	5	5
36	5	3	4	3	5	5	4	3	5	3	2	3	5	3	3	5	5	5
37	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5
38	5	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
39	5	3	3	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
40	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
41	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
42	4	3	4	4	5	5	4	1	3	1	1	4	5	4	4	5	4	2
43	4	1	4	4	4	1	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	3	3	1	3	5	3	4	5	3	1	3	1	4	1	3	4	1
45	4	3	4	4	4	1	4	1	1	4	1	4	4	3	4	4	4	4
46	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5
47	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3
48	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
49	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4
50	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4
51	4	1	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
52	4	3	4	4	4	3	3	1	1	3	1	4	3	3	3	4	4	3
53	4	4	4	4	4	3	3	1	1	3	1	4	3	3	4	4	4	3
54	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
55	4	4	4	4	4	3	4	1	1	4	1	4	4	3	4	4	4	3
56	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	1	4	3
57	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	1	4	3
58	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
59	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2
61	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
62	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
63	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
64	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
65	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	3

66	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2
67	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	3	2	1
68	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	3	2	1
69	3	3	4	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	3	1	3	4	1
70	3	3	4	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	3	1	3	4	1
71	3	3	4	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	3	1	3	4	1
72	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3
73	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3
74	4	3	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	4	3
75	4	3	4	4	1	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	4	3
76	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	4	3
77	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	1	4	6
78	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	1	4	6
79	4	3	3	4	1	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	1	4	6
80	4	3	3	4	1	3	3	7	4	7	3	5	3	4	4	1	4	6
81	7	5	7	7	7	5	7	7	6	7	2	5	7	6	6	7	7	6
82	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
83	7	3	6	7	1	3	3	7	4	7	3	6	3	4	4	1	7	5
84	7	1	7	7	7	1	5	5	5	5	7	6	7	7	7	7	7	6
85	7	1	7	7	7	1	5	5	5	5	7	6	7	5	5	7	7	5
86	7	3	6	7	1	3	3	7	4	7	3	5	3	4	4	1	7	5
87	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
88	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
89	6	4	4	7	7	7	7	7	7	6	5	7	7	5	7	7	6	7
90	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
91	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	2	7	7	7	7	7	7	7
92	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	6	7
93	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	6	7
94	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	6	7
95	7	3	4	6	7	5	7	6	5	6	2	5	5	2	5	7	7	4
96	7	3	4	6	7	5	7	6	5	6	2	5	5	2	5	7	7	4
97	7	3	4	6	7	5	7	6	5	6	2	5	5	2	5	7	7	4
98	7	3	4	6	7	5	7	6	5	6	2	5	5	2	4	7	7	5
99	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	1	7	4	5	7

100	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	6	6	4	5	6
101	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	3	6	4	5	6
102	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	3	6	4	5	6
103	5	4	4	5	5	6	7	7	5	7	5	6	7	4	5	4	5	6
104	5	4	4	5	5	6	7	7	5	7	5	6	7	4	5	4	5	6
105	5	4	4	5	5	5	7	7	5	7	5	6	7	4	5	4	5	5
106	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	5	6	4	5	6
107	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	5	6	4	5	6
108	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	5	6	4	5	6
109	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	6	6	4	5	6
110	5	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	6	7	6	7	4	5	7
111	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7	5	6	7	5	7	7	7	7
112	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7	5	6	7	5	7	7	7	7
113	7	5	4	6	7	1	6	6	7	7	5	6	7	5	6	7	7	6
114	7	3	4	7	3	4	7	5	7	5	3	7	7	6	6	5	3	7
115	7	5	4	6	7	1	6	6	7	7	5	6	7	5	6	7	7	6
116	5	3	4	5	5	4	7	5	7	5	3	7	7	6	6	4	5	7
117	7	5	4	6	7	1	6	6	7	7	5	6	7	6	6	7	7	6
118	7	3	4	7	3	4	7	5	7	5	3	7	7	5	6	5	3	7
119	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7
120	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	7	7
121	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	6	7	7	7	7
122	7	4	4	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	6	7	7	7	7
123	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
124	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
125	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
126	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5
127	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5
128	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5
129	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
130	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5
131	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4
132	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5
133	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4

134	7	3	4	6	7	5	7	6	5	6	2	6	5	6	6	7	7	6
135	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	5	7	7	7	7
136	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
137	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
138	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
139	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
140	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
141	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
142	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
143	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
144	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
145	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
146	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
147	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
148	7	5	5	6	7	5	6	6	5	7	5	6	7	7	6	7	7	6
149	7	5	4	6	7	4	6	6	5	7	5	6	7	2	6	7	7	6
150	7	3	4	7	3	4	7	5	5	5	3	7	7	2	6	5	3	7
151	7	6	6	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	5	7	7	7	7
152	7	6	6	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	5	7	7	7	7
153	7	4	4	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	6	7	7	7	7
154	7	4	4	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	6	7	7	7	7
155	7	4	4	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	6	7	7	7	7
156	7	4	4	7	7	7	7	7	5	7	5	7	7	5	7	7	7	7
157	7	5	7	7	5	5	4	4	5	5	6	7	6	7	4	5	7	7
158	7	5	7	7	5	5	4	4	5	5	6	7	6	7	4	5	7	7
159	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7	5
160	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	7	6
161	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5
162	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6
163	6	4	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	5	4	6	5
164	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	6	5	6	5	4	5	7	5
165	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	6	5	6	5	4	5	7	6
166	5	3	5	5	5	3	4	4	3	3	5	4	5	3	4	5	4	4
167	5	3	5	5	5	3	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4

168	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4
169	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3
170	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3
171	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4
172	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4
173	5	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
174	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
175	5	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4
176	5	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4
177	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4
178	5	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
179	5	4	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
180	5	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4
181	5	3	4	5	5	3	5	5	4	4	3	4	4	2	4	4	5	4
182	5	3	4	5	5	3	5	5	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4
183	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4
184	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	5	3	4
185	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	4	3
186	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	5	3	5	3	4	5	4	3
187	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	5	3
188	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	3
189	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
190	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4
191	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	5	3	5	3	4	5	4	3
192	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4
193	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
194	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
195	5	3	4	5	5	3	4	4	3	3	5	3	5	4	4	5	5	4
196	5	3	5	5	5	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	5	3
197	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
198	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
199	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
200	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
201	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4

202	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
203	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	4	4	4	5	4
204	4	6	6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
205	4	6	6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
206	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	5	4	4	5	4
207	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	5	4	4	5	4
208	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	4	5	4	4	5	4
209	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	5	4	5	4	4	4	4
210	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	4
211	6	4	6	5	6	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	6	5
212	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	5	5
213	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	5	5
214	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	6	4	6	5	4	5	4	5
215	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	6	4	6	5	4	5	4	5
216	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	6	4	6	5	4	5	4	5
217	6	5	4	6	7	1	6	6	4	7	5	6	7	2	5	7	7	6
218	5	3	4	5	3	4	7	5	4	5	3	7	7	2	5	5	3	4
219	7	5	7	7	5	5	4	4	7	5	6	7	6	7	4	5	7	7
220	7	5	7	7	5	5	4	4	7	5	6	7	6	7	4	5	7	7
221	5	4	4	4	5	6	7	7	5	7	5	5	7	5	5	5	5	5
222	5	4	4	4	5	6	7	7	6	7	5	6	7	6	6	5	4	7
223	4	4	4	5	5	6	7	7	6	7	5	7	7	5	6	5	7	7
224	5	4	4	5	5	6	7	7	7	7	5	6	7	6	6	4	5	7
225	5	4	5	6	6	4	7	4	4	4	1	5	4	5	5	4	5	4
226	5	4	6	6	5	4	7	4	5	4	1	4	4	5	4	4	6	4
227	5	4	5	5	5	4	7	4	7	4	1	7	4	7	7	4	5	7
228	5	6	2	5	5	7	7	7	7	7	5	7	7	6	7	5	5	7
229	3	3	5	5	5	5	7	7	4	6	6	5	5	5	5	4	5	5
230	3	1	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3
231	4	1	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
232	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3
233	4	3	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3
234	3	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
235	5	2	5	4	5	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	5	5	5

236	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
237	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	3	3	3
238	4	1	4	4	3	4	2	5	5	1	2	4	4	4	4	1	4	4
239	3	3	1	3	3	5	3	3	4	1	3	4	3	4	4	3	3	4
240	3	1	2	4	4	3	1	3	3	1	2	3	1	3	3	2	4	3
241	4	1	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
242	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5	4	3	3	4
243	3	1	3	3	3	4	3	3	5	3	3	5	3	5	5	3	3	5
244	5	3	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5
245	4	3	5	5	5	3	5	3	4	3	2	3	3	3	3	5	5	3
246	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	4	5	3	5	5	3	3	5
247	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	4	4	3	3	4
248	4	1	4	5	5	4	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	4	4

Anexo F: Alfa de Cronbach de la Muestra

Análisis de fiabilidad del compromiso organizacional

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	248	100,0
Casos Excluido ^a	0	,0
Total	248	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,962	18

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	76,6290	401,595	,847	,959
VAR00002	77,4758	422,534	,566	,962
VAR00003	76,8871	400,368	,813	,959
VAR00004	76,8911	399,579	,759	,960
VAR00005	77,0444	399,014	,752	,960
VAR00006	76,7177	402,633	,807	,959
VAR00007	78,1653	423,434	,505	,963
VAR00008	76,9234	398,411	,827	,959
VAR00009	77,0766	397,132	,807	,959
VAR00010	77,1371	392,669	,823	,959
VAR00011	78,3105	419,332	,469	,964
VAR00012	76,9677	387,853	,876	,958
VAR00013	77,5282	410,493	,613	,962
VAR00014	77,2258	406,516	,739	,960
VAR00015	76,9435	399,560	,857	,959
VAR00016	77,4516	408,443	,687	,961
VAR00017	77,1855	396,808	,887	,958
VAR00018	76,9839	395,676	,860	,958

Anexo G: Tablas de los resultados alcanzados por el instrumento

Nivel del compromiso organizacional del distribuidor independiente de Omniflife

NIVEL DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL	n	%	GRADO	
Nivel Bajo	18	7.26%	[1 - 3 >	18 - 54
Nivel Medio	138	20.16%	[3 - 5 >	54 - 89
Nivel Alto	92	79.84%	[5 - 7]	90 - 126
Total General	248	100.00%		

Nivel del compromiso organizacional, según el sexo del distribuidor independiente de Omniflife

Sexo	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Femenino	3	1.21%	97	39.11%	73	29.44%	173	69.76%
Masculino	15	6.05%	41	16.53%	19	7.66%	75	30.24%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según la edad del distribuidor independiente de Omniflife

Edad	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Menos de 30 años	2	0.81%	15	6.05%	10	4.03%	27	10.89%
De 30 a 39 años	2	0.81%	23	9.27%	27	10.89%	52	20.97%
De 40 a 49 años	12	4.84%	40	16.13%	36	14.52%	88	35.48%
De 50 años a mas	2	0.81%	60	24.19%	19	7.66%	81	32.66%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según el estado civil del distribuidor independiente de Omnilife

Estado Civil	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Soltero(a)	5	2.02%	21	8.47%	6	2.42%	32	12.90%
Casado(a)	9	3.63%	96	38.71%	71	28.63%	176	70.97%
Conviviente	1	0.40%	9	3.63%	10	4.03%	20	8.06%
Divorciado(a)	2	0.81%	9	3.63%	2	0.81%	13	5.24%
Viudo(a)	1	0.40%	3	1.21%	3	1.21%	7	2.82%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según la carga familiar del distribuidor independiente de Omnilife

Carga Familiar	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
No tengo hijos	5	2.02%	23	9.27%	9	3.63%	37	14.92%
1 hijo	9	3.63%	35	14.11%	28	11.29%	72	29.03%
2 hijos	3	1.21%	53	21.37%	40	16.13%	96	38.71%
3 hijos a mas	1	0.40%	27	10.89%	15	6.05%	43	17.34%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según el nivel de instrucción sexo del distribuidor independiente de Omnilife

Nivel de Instrucción	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Inicial	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Primaria	0	0.00%	15	6.05%	7	2.82%	22	8.87%
Secundaria	8	3.23%	30	12.10%	27	10.89%	65	26.21%
Sup. Técnica	7	2.82%	26	10.48%	29	11.69%	62	25.00%
Sup. Universitaria	3	1.21%	67	27.02%	29	11.69%	99	39.92%
Maestría	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según la antigüedad laboral del distribuidor independiente de Omnilife

Antigüedad Laboral	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Menos de 2 años	0	0.00%	7	2.82%	5	2.02%	12	4.84%
De 2 a 5 años	10	4.03%	49	19.76%	33	13.31%	92	37.10%
De 6 a 10 años	3	1.21%	41	16.53%	40	16.13%	84	33.87%
Más de 10 años	5	2.02%	41	16.53%	14	5.65%	60	24.19%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Nivel del compromiso organizacional, según el nivel alcanzado del distribuidor independiente de Omnilife

Nivel Alcanzado	Nivel Bajo		Nivel Medio		Nivel Alto		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Bronce	8	3.23%	65	26.21%	60	24.19%	133	53.63%
Plata	8	3.23%	60	24.19%	26	10.48%	94	37.90%
Oro	2	0.81%	12	4.84%	6	2.42%	20	8.06%
Diamante	0	0.00%	1	0.40%	0	0.00%	1	0.40%
Doble Diamante	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
Total	18	7.26%	138	55.65%	92	37.10%	248	100.00%

Anexo H: Tablas de los resultados alcanzados de cada ítem del instrumento

Si yo no hubiera invertido tanto en esta empresa, consideraría trabajar en otra parte.

ITEM N° 01	n°	%
Totalmente de acuerdo	70	28.23%
Muy de acuerdo	5	2.02%
De acuerdo	91	36.69%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	54	21.77%
En desacuerdo	20	8.06%
Muy en desacuerdo	8	3.23%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total general	248	100.00%

Aun si fuera por mi beneficio, siento que no sería correcto dejar la empresa ahora.

ITEM N° 02	n°	%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%
Muy de acuerdo	13	5.24%
De acuerdo	50	20.16%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	22.98%
En desacuerdo	98	39.52%
Muy en desacuerdo	6	2.42%
Totalmente en desacuerdo	24	9.68%
Total general	248	100.00%

Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera renunciar a la empresa en este momento

ITEM N° 03	n°	%
Totalmente de acuerdo	19	7.66%
De acuerdo	17	6.85%
Muy de acuerdo	31	12.50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	139	56.05%
En desacuerdo	28	11.29%
Muy en desacuerdo	13	5.24%
Totalmente en desacuerdo	1	0.40%
Total general	248	100.00%

Permanecer en la empresa actualmente es un asunto tanto de necesidad como de deseo.

ITEM N° 04	n°	%
Totalmente de acuerdo	46	18.55%
Muy de acuerdo	30	12.10%
De acuerdo	73	29.44%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	64	25.81%
En desacuerdo	18	7.26%
Muy en desacuerdo	9	3.63%
Totalmente en desacuerdo	8	3.23%
Total general	248	100.00%

Si renunciara a esta empresa siento que tendría muy pocas opciones de trabajo.

ITEM N° 05	n°	%
Totalmente de acuerdo	58	23.39%
Muy de acuerdo	6	2.42%
De acuerdo	104	41.94%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	13.31%
En desacuerdo	28	11.29%
Muy en desacuerdo	5	2.02%
Totalmente en desacuerdo	14	5.65%
Total general	248	100.00%

Sería feliz si trabajara el resto de mi vida en esta empresa.

ITEM N° 06	n°	%
Totalmente de acuerdo	26	10.48%
Muy de acuerdo	20	8.06%
De acuerdo	58	23.39%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	22.98%
En desacuerdo	66	26.61%
Muy en desacuerdo	5	2.02%
Totalmente en desacuerdo	16	6.45%
Total general	248	100.00%

Me sentiría culpable si renunciara a la empresa en este momento.

ITEM N° 07	n°	%
Totalmente de acuerdo	61	24.60%
Muy de acuerdo	21	8.47%
De acuerdo	39	15.73%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	69	27.82%
En desacuerdo	55	22.18%
Muy en desacuerdo	2	0.81%
Totalmente en desacuerdo	1	0.40%
Total general	248	100.00%

Esta empresa merece mi lealtad.

ITEM N° 08	n°	%
Totalmente de acuerdo	53	21.37%
Muy de acuerdo	26	10.48%
De acuerdo	30	12.10%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	82	33.06%
En desacuerdo	45	18.15%
Muy en desacuerdo	4	1.61%
Totalmente en desacuerdo	8	3.23%
Total general	248	100.00%

Realmente siento los problemas de la empresa como propios.

ITEM N° 09	n°	%
Totalmente de acuerdo	32	12.90%
Muy de acuerdo	15	6.05%
De acuerdo	84	33.87%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	55	22.18%
En desacuerdo	49	19.76%
Muy en desacuerdo	5	2.02%
Totalmente en desacuerdo	8	3.23%
Total general	248	100.00%

No siento ninguna obligación de permanecer en la empresa actualmente.

ITEM N° 10	n°	%
Totalmente de acuerdo	66	26.61%
Muy de acuerdo	9	3.63%
De acuerdo	30	12.10%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	27.02%
En desacuerdo	61	24.60%
Muy en desacuerdo	9	3.63%
Totalmente en desacuerdo	6	2.42%
Total general	248	100.00%

No renunciaría a la empresa porque tengo un sentimiento hacia ella.

ITEM N° 11	n°	%
Totalmente de acuerdo	2	0.81%
Muy de acuerdo	12	4.84%
De acuerdo	76	30.65%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	5.65%
En desacuerdo	75	30.24%
Muy en desacuerdo	34	13.71%
Totalmente en desacuerdo	35	14.11%
Total general	248	100.00%

Esta empresa tiene para mí un alto grado de significación personal.

ITEM N° 12	n°	%
Totalmente de acuerdo	43	17.34%
Muy de acuerdo	43	17.34%
De acuerdo	40	16.13%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	73	29.44%
En desacuerdo	40	16.13%
Muy en desacuerdo	9	3.63%
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
Total general	248	100.00%

Le debo mucho a la empresa.

ITEM N° 13	n°	%
Totalmente de acuerdo	75	30.24%
Muy de acuerdo	9	3.63%
De acuerdo	38	15.32%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	59	23.79%
En desacuerdo	53	21.37%
Muy en desacuerdo	5	2.02%
Totalmente en desacuerdo	9	3.63%
Total general	248	100.00%

No me siento como parte de la familia en esta empresa.

ITEM N° 14	n°	%
Totalmente de acuerdo	28	11.29%
Muy de acuerdo	18	7.26%
De acuerdo	56	22.58%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	73	29.44%
En desacuerdo	42	16.94%
Muy en desacuerdo	30	12.10%
Totalmente en desacuerdo	1	0.40%
Total general	248	100.00%

No tengo un fuerte sentimiento de pertenencia hacia la empresa.

ITEM N° 15	n°	%
Totalmente de acuerdo	34	13.71%
Muy de acuerdo	41	16.53%
De acuerdo	23	9.27%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	101	40.73%
En desacuerdo	34	13.71%
Muy en desacuerdo	9	3.63%
Totalmente en desacuerdo	6	2.42%
Total general	248	100.00%

Una de las consecuencias de renunciar a la empresa sería las pocas opciones de trabajo

ITEM N° 16	n°	%
Totalmente de acuerdo	58	23.39%
Muy de acuerdo	4	1.61%
De acuerdo	68	27.42%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	78	31.45%
En desacuerdo	18	7.26%
Muy en desacuerdo	6	2.42%
Totalmente en desacuerdo	16	6.45%
Total general	248	100.00%

Sería muy difícil dejar la empresa en este momento, incluso si lo deseara.

ITEM N° 17	n°	%
Totalmente de acuerdo	65	26.21%
Muy de acuerdo	10	4.03%
De acuerdo	78	31.45%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	27.02%
En desacuerdo	17	6.85%
Muy en desacuerdo	10	4.03%
Totalmente en desacuerdo	1	0.40%
Total general	248	100.00%

No me siento emocionalmente vinculado con esta empresa.

ITEM N° 18	n°	%
Totalmente de acuerdo	48	19.35%
Muy de acuerdo	38	15.32%
De acuerdo	37	14.92%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	73	29.44%
En desacuerdo	40	16.13%
Muy en desacuerdo	6	2.42%
Totalmente en desacuerdo	6	2.42%
Total general	248	100.00%