

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**ANÁLISIS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL
BASADO EN EL MODELO DE MEYER Y ALLEN APLICADO
AL RESTAURANTE DEL JOCKEY CLUB DE CHICLAYO
2017**

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

AUTORES

**Deysi Diana Llatas Pérez
Mayra Patricia Ventura Peña**

Chiclayo, 14 de diciembre de 2017

Información General

1. Facultad y Escuela:

Facultad: Ciencias Empresariales

Escuela: Administración de Empresas

2. Título del Informe de tesis:

ANÁLISIS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL BASADO EN EL
MODELO DE MEYER Y ALLEN APLICADO AL RESTAURANTE DEL JOCKEY
CLUB DE CHICLAYO 2017

3. Autor(a) y firma: Nombres y Apellidos:

Deysi Diana Llatas Pérez

Mayra Patricia Ventura Peña

4. Asesor(a) y firma: Nombres y Apellidos:

Mgtr. Rafael Martel Acosta

5. Línea de investigación: Emprendimiento e Innovación Empresarial con
Responsabilidad Social.

6. Fecha de presentación: 07 de mayo del 2018

**ANÁLISIS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL
BASADO EN EL MODELO DE MEYER Y ALLEN APLICADO
AL RESTAURANTE DEL JOCKEY CLUB DE CHICLAYO
2017**

POR:

**Deysi Diana Llatas Pérez
Mayra Patricia Ventura Peña**

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

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Marco Arbulú Ballesteros
Presidente de Jurado

Mgtr. Rafael Camilo Girón Córdova
Secretario de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta
Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2017

Dedicatoria

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Mayra

Dedico todo el esfuerzo de esta investigación a Dios, que es el principio y fin de todo y sin Él, nada es posible. A mi Madre por todo el apoyo incondicional la cual me enseñó a luchar siempre por mis objetivos.

Deysi

Agradecimiento

Agradezco a Dios que me dio la fuerza y fe para creer lo que me parecía imposible terminar.

A mi familia por ayudarme con mi hijo mientras yo realizaba investigaciones y por estar a mi lado en cada momento de mi vida.

A mi esposo por su ayuda en impulsarme a terminar este proyecto.

Y en especial agradecer a nuestro asesor de tesis el Mgtr. Rafael Martel Acosta por su apoyo total y su amistad desde los inicios de mi carrera de Administración de Empresas.

Mayra

Primero y como más importante, me gustaría agradecer a mi asesor de tesis, Mgtr. Rafael Martel Acosta, sus conocimientos han sido fundamental para mi formación como investigador.

A mi familia por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, me formaron con reglas y me motivaron a cumplir mis anhelos.

Deysi

Resumen y palabras clave

El presente análisis, es resultado de una investigación realizada en el sector Restauración en la Ciudad de Chiclayo, se orientó a evaluar las dimensiones que incurren en el compromiso organizacional de los trabajadores de la concesionaria del Jockey Club “LA PILETA DEL FRAILE”, se tuvo como principal objetivo determinar el grado de compromiso organizacional de los trabajadores en dicha concesionaria. Se utilizó las tres dimensiones que ofreció el modelo de Meyer y Allen en el compromiso organizacional, siendo éstos: compromiso afectivo, compromiso normativo y el compromiso de continuidad. Para ello, se utilizó como única técnica de investigación una encuesta, la cual recopiló datos de medición del grado de compromiso organizacional que fue aplicada a 25 trabajadores. El análisis de los resultados se realizó con base a las respuestas que los trabajadores brindaron directamente. De esta investigación se concluyó que en la concesionaria “LA PILETA DEL FRAILE” en términos generales, el mayor porcentaje de trabajadores se confirman en el compromiso afectivo, seguido de otro grupo que se encuentra en el compromiso normativo y un grupo menor se encuentra en el compromiso de continuidad.

Palabras clave: Cultura organizacional, clima organizacional, satisfacción, motivación, compromiso organizacional.

Abstract and keywords

The present analysis, is the result of an investigation carried out in the Restoration sector in the City of Chiclayo, was oriented to evaluate the dimensions that incur in the organizational commitment of the workers of the concessionaire of the Jockey Club "LA PILETA DEL FRAILE", had The main objective is to determine the degree of organizational commitment of the employees in said concessionaire. We used the three dimensions offered by the Meyer and Allen model in the organizational commitment, these being: affective commitment, normative commitment and commitment to continuity. To do this, a survey was used as the only research technique, which collected data on the degree of organizational commitment that was applied to 25 workers. The analysis of the results was made based on the answers that the workers provided directly. From this investigation it was concluded that in the concessionaire "LA PILETA DEL FRAILE" in general terms, the highest percentage of workers are confirmed in the affective commitment, followed by another group that is in the normative commitment and a smaller group is in the commitment of continuity.

Keywords: Organizational culture, organizational climate, satisfaction, motivation, organizational commitment.

Índice

Información

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen y palabras clave

Abstract and keywords

I. Introducción.....	12
II. Marco teórico.....	14
2.1. Antecedentes del problema	14
2.2. Bases teórico científica.....	20
2.2.1. Compromiso	20
2.2.2. Organización	20
2.2.3. Compromiso Organizacional.....	20
2.2.4. Compromiso Afectivo	21
2.2.5. Compromiso de Continuidad	21
2.2.6. Compromiso Normativo.....	21
III. Metodología.....	23
3.1. Tipo y nivel de investigación	23
3.2. Diseño de investigación	23
3.3. Población, muestra y muestreo.....	23
3.5. Operacionalización de variables.....	25
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.7. Procedimientos	28
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	29
3.9. Matriz de Consistencia	35
3.10. Consideraciones éticas:	36
IV. Resultados y discusión	37
V. Conclusiones	65
VI. Recomendaciones	67
VII. Lista de referencias	69
VIII. Anexos.....	73

Índice de tablas

Tabla N° 1. Modelos del compromiso organizacional.....	22
Tabla N° 2. Trabajadores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo.....	24
Tabla N° 3. Operacionalización de variables.....	25
Tabla N° 4. Ítems de las Dimensiones del Modelo de Mayer y Allen	27
Tabla N° 5. Escalas de Medición del Modelo de "Meyer y Allen"	28
Tabla N° 6. Matriz de consistencia	35
Tabla N° 7. KMO y prueba de Bartlett.....	37
Tabla N° 8. Varianza total explicada.....	38
Tabla N° 9. Matriz de componentes rotados	39
Tabla N° 10. Cuestionario	73

Índice de figuras

Figura N° 1. Vista de variables del programa “IBM SPSS”	29
Figura N° 2. Vista de variables del programa “IBM SPSS”	30
Figura N° 3. Análisis del Alfa de Cronbach de la Dimensión Afectiva	31
Figura N° 4. Análisis del Alfa de Cronbach de Dimensión de Continuidad	32
Figura N° 5. Análisis del Alfa de Cronbach de la Dimensión Normativo	33
Figura N° 6. Análisis de Alfa de Cronbach de las Dimensiones de Meyer y Allen (1991)34	34
Figura N° 7. Trabajas en esta empresa más por gusto que por necesidad	40
Figura N° 8. Sientes una fuerte emoción de pertenecer a esta empresa.....	41
Figura N° 9. Esta empresa significa mucho para mí.....	42
Figura N° 10. Me siento como parte de una familia en esta empresa.....	43
Figura N° 11. Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas	44
Figura N° 12. Disfruto hablando de esta empresa con gente que trabaja en otro lugar .	45
Figura N° 13. Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laborando en esta empresa ..	46
Figura N° 14. Seguirías trabajando en esta empresa, a pesar de que te ofrecerían un mejor sueldo en otra empresa	47
Figura N° 15. Considerarías trabajar en otra empresa a pesar de todo el desempeño que has demostrado	48
Figura N° 16. Uno de los principales motivos de seguir trabajando en esta empresa, es porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo igual	49
Figura N° 17. Si me ofrecieran un trabajo mejor, sería duro para mí dejar esta empresa	50
Figura N° 18. Si dejaría esta empresa, pensaría que tengo pocas opciones de conseguir un trabajo mejor	51
Figura N° 19. Siento una obligación moral (deber) de pertenecer a esta empresa	52
Figura N° 20. Tengo la voluntad de hacer el mayor esfuerzo, más allá de lo que me piden en esta empresa.....	53
Figura N° 21. Me sentiría culpable si dejase ahora esta empresa considerando todo lo que me ha dado	54
Figura N° 22. Te sientes comprometido con la gente de esta empresa	55

Figura N° 23. Creo que le debo mucho a esta empresa	56
Figura N° 24. La empresa donde trabajo merece mi lealtad	57
Figura N° 25. Dimensión de Afectividad	58
Figura N° 26. Dimensión de Continuidad	59
Figura N° 27. Dimensión Normativa	60
Figura N° 28. Resultado general de las tres dimensiones del compromiso organizacional de Meyer y Allen.....	61
Figura N° 29. Logo de Restaurante	75
Figura N° 30. Personal.....	75
Figura N° 31. Instalaciones (1)	76
Figura N° 32. Instalaciones (2).....	76

I. Introducción

En la actualidad las empresas se encuentran inmersas en un mercado muy competitivo, por lo cual se ven obligadas a desarrollar estrategias para mejorar el bienestar y la satisfacción de sus colaboradores, siendo considerados el capital humano de la empresa.

El compromiso organizacional juega un papel fundamental en las organizaciones ya que es el grado en que el colaborador se identifica con una organización en particular y las metas de ésta, Por tanto, el involucramiento en el trabajo significa identificarse y comprometerse con un trabajo específico (Robbins, 2009).

Los motivos que llevaron a investigar el compromiso organizacional son para resalta la importancia de brindar un buen trato a los empleados, ya que estos son parte fundamental en las empresas, si estos se sienten motivados, valorados y satisfechos lograrán tener un buen desempeño que se verá reflejado en la atención al cliente, por lo tanto, se realizó este análisis para poder conocer si los colaboradores se identifican con El Restaurante del Jockey Club de la ciudad de Chiclayo.

Cassana (2017) Gerente General de la Concesionaria del Restaurante del “Jockey Club de Chiclayo” considera que el problema principal es la baja identificación de los empleados lo que trae como consecuencia una baja comunicación entre las áreas y un rechazo al puesto generando una rotación constante de empleados.

Por lo expuesto la pregunta general fue ¿Cuál será la propuesta adecuada para la mejora del compromiso organizacional del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo? y como objetivo general determinar el grado de compromiso organizacional de los empleados en el Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo. Además de los objetivos específicos que son analizar el grado de compromiso afectivo, continuidad y normativo de los empleados del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo.

En esta investigación se está considerando el análisis a la concesionaria que en este caso es solo el restaurante el cual realiza su gestión administrativa independientemente al de Jockey Club. Finalmente, esta investigación dará a conocer datos relevantes que ayudará a fomentar el interés de los consumidores, empresarios, estudiantes y a la vez generar un grado de conciencia en ellos.

Posteriormente esta investigación está estructurada presentando un marco teórico basado en el Modelo de Meyer y Allen (1997), Luis Arciniega y Luis Gonzáles (2006) adaptado a la realidad de la investigación que se llevó a cabo en la ciudad de Chiclayo, en donde se empleó herramientas, instrumentos y encuestas para su análisis y discusión, aportando para el mejoramiento del problema, se finaliza con las conclusiones y recomendaciones que se están llevando a cabo en la investigación.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes del problema:

De los diversos estudios que se han realizado sobre el Compromiso Organizacional se han encontrado algunas investigaciones con relación al tema planteado.

A partir de finales del año 2008 la recesión económica se ha ido instalando en muchos países y se ha agravado la crisis de confianza hacia las instituciones y también en el ámbito de las empresas. Los empleados han ido buscando su confianza y, por tanto, su compromiso en fundamentos más sólidos y estables que las empresas Cohen (2009).

Es por eso que para lograr tal confianza se necesita de un impulso que lleve por ese camino, el cual está referido a la relación existente de compromiso y la cultura organizacional, definida como "El conjunto de hábitos y creencias establecidos por medio de normas, valores, actitudes y expectativas que comparten todos los miembros de la organización" (Chiavenato, 2007).

También, Fitzgerald (2002) considera las organizaciones formales e informales como las estructuras que se rigen por valores, normas, convicciones y tradiciones que cambian con el tiempo pero que condicionan la actuación de los individuos, es decir, la cultura. Este concepto implica que la organización a medida que crece, madura puede modificar sus valores, normas y demás.

Wilkins & Ouchi (1983) piensan que la cultura organizacional hace que los miembros de la organización desarrollen colectividad a través de las experiencias compartidas. Esta colectividad es lo que les permite luchar por un objetivo o precepto en común guiado hacia la misión de la organización guiada por un líder, siendo estos los que proporcionan las reglas que gobiernan los asuntos cognitivos y afectivos de la colectividad.

La cultura organizacional es determinada por los miembros que componen la organización, por tanto, el clima organizacional tiene una relación en ella, ya que las apreciaciones que los colaboradores tienen sobre su empresa determinan las creencias, los mitos, los valores y las conductas que dan forma a la cultura. A la vez la cultura influye sobre los sentimientos, las emociones y las actitudes de los colaboradores, los cuales determinan el clima organizacional.

Brown y Moberg (1990) manifiestan que el clima organizacional se refiere a una serie de características del medio ambiente interno organizacional tal y como lo perciben los miembros de esta.

Por otro lado, Chiavenato (1999) plantea que el clima organizacional es la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye, directamente, en su comportamiento.

Después de apreciar las distintas ideas de algunos autores cabe resaltar que el clima organizacional es importante porque influye en el ambiente donde el trabajador desarrolla sus actividades laborales, además del trato que los colaboradores reciben por parte del jefe y la relación que se tenga con el resto del personal que integra la organización, estos son elementos que van conformando el clima organizacional y este puede ser el vínculo o el obstáculo para el buen rendimiento de los trabajadores y por ende el buen funcionamiento de la organización en conjunto.

Para que los colaboradores puedan desarrollar un buen rendimiento en la organización es necesario que estas ofrezcan incentivos y ascensos, ya que dan la oportunidad para que el colaborador pueda crecer personalmente y pueda tener mayor responsabilidad.

De lo contrario se pueden originar problemas en la organización como rotación y ausentismo que pueden ser una alarma de que en la empresa exista un mal clima laboral, es decir que sus empleados pueden estar insatisfechos.

La motivación tiene una participación importante en el desarrollo de actividades que realiza el colaborador, entendiendo a motivación como *“procesos que dan cuenta de la intensidad y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta”* (Robbins, 2004).

Desde el punto de vista de la conducta del empleado, se pueden dar cuenta que no todas las personas tienen los mismos gustos o preferencias, ya que todos son distintos, es por eso que no todos se mueven por la misma motivación.

Ajello (2003) señala que la motivación intrínseca se refiere a aquellas situaciones donde la persona realiza actividades por el gusto de hacerlas, independientemente de si obtiene un reconocimiento o no. La motivación extrínseca, por su parte, obedece a situaciones donde la persona se implica en actividades principalmente con fines instrumentales o por motivos externos a la actividad misma, como podría ser obtener una recompensa.

Santrock (2002) indica que esta motivación incluye incentivos externos, tales como las recompensas y los castigos. De forma diferente, las perspectivas humanista y cognitiva enfatizan la importancia de la motivación intrínseca en el logro.

Respecto a estos dos tipos de motivación, se puede decir que juegan un papel fundamental al momento de intentar explicar la conducta de las personas en las organizaciones. Tales como las recompensas y castigos que ocurren después de una determinada conducta afecta la probabilidad futura de dicha conducta.

Una recompensa es *“un objeto ambiental atractivo que se da después de una secuencia de conducta y aumenta las probabilidades de que esa conducta se vuelva a dar”*. Reeve (1994).

Deci y Ryan (1995) señalan *“cuando las personas realizan actividades para satisfacer las necesidades de causación personal (autodeterminación), efectividad o curiosidad entonces actúan por motivación intrínseca”*.

Por otro lado, las necesidades psicológicas adquieren un papel principal aquí, es especial cuando se comprende al ser humano como un organismo que busca dominar su entorno y actuar en consecuencia con competencia y autodeterminación.

Como resultado de una buena motivación en una organización, se tiene a la satisfacción que es la sensación de bienestar que perciben los empleados con respecto a sus puestos de trabajo y el papel que desempeñan en la organización (Gibson, Ivancevich y Donnelly, 1997).

Robbins (1996) define la satisfacción en el trabajo como una variable al comportamiento organizacional, es la actitud general del individuo ante su propio trabajo, la diferencia entre la cantidad de recompensa que reciben los trabajadores y la cantidad que creen deberían recibir. Así mismo considera que es indispensable que la gente se interese en las actitudes del personal, porque estos son un aviso de problemas potenciales en la organización.

Un personal satisfecho traslada su satisfacción a su vida y a su salud. Estas satisfacciones se traducen en una mayor productividad, en menos faltas al trabajo y en la disminución de los niveles de rotación.

Los resultados de la falta de satisfacción pueden afectar la productividad de la organización y producir un deterioro en la calidad del entorno laboral, puede disminuir el desempeño, incrementar el nivel de quejas, el ausentismo o el cambio de empleo.

Se puede decir que la satisfacción está referida al gusto que se experimenta una vez cumplido el deseo, esto quiere decir que la motivación es anterior al resultado, puesto que esto implica un impulso para conseguirlo; mientras que la satisfacción es posterior al resultado, compromete al colaborador al cumplimiento de sus actividades y manifiesta el grado de su identificación en ella.

En el campo del compromiso organizacional, los primeros estudios empezaron por la creciente preocupación en lograr una mejor gestión de personas y una mejor atención a los clientes, a partir de aspectos conocidos como la globalización y las muchas nuevas formas de asociación empresarial.

A grandes rasgos se agrupan en características personales y factores situacionales.

Entre los que se puede citar a Mathieu y Zajacs (1990) quienes consideran el compromiso como un componente efectivo relacional a la involucración e identificación del individuo con la empresa.

Asimismo, Largomarsino (2004) hace referencia a la relación existente entre el empleado y la organización, tomando en cuenta la mejora continua y el sentirse motivado.

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

Gounaris (2008) se basa en la teoría de la equidad y propone que los empleados evalúen sus propios trabajos realizando un balance entre lo que aportan a la empresa y lo que obtienen de ella. Afirmando que para satisfacer las necesidades del cliente externo antes hay que satisfacer las del cliente interno.

Por lo tanto, considerando el intercambio de argumentos de las distintas aportaciones de la teoría del compromiso organizacional y tomando en cuenta cualquier otro tipo de elementos como ideas, para poder complementar este tipo de investigación se considera que el estudio más recomendado por varios estudiosos fue realizado por Meyer y Allen que presenta una división del compromiso organizacional en el cual se han considerado tres dimensiones importantes tales como el compromiso afectivo, de continuidad y normativo haciendo referencia a la fuerza con que un individuo se identifica y se involucra con su organización.

En la dimensión de afectividad los sentimientos son lo más importante en la toma de decisiones de los trabajadores; como lo explica, Álvarez (2008) que refiere a esta dimensión

como el vínculo emocional o afectivo que el empleado tiene hacia la organización y apegos voluntarios, fruto de tendencias afectivas relacionadas con el placer, orgullo, gozo, etc.

Los trabajadores que poseen este tipo de compromiso están inclinados a trabajar para el beneficio y bien de la entidad a la que pertenecen (Johnson y Chang, 2006).

Esto puede estar relacionado con la motivación intrínseca, ya que el trabajador realiza una actividad por el simple placer de realizarla sin recibir algún incentivo externo, sintiendo una sensación de placer, éxito y un fuerte deseo personal.

Asimismo, esta concepción de compromiso afectivo es la que mayor aceptación ha recibido por parte de investigadores que se han dedicado a su meticulosa revisión (Mathieu y Zajac, 1990) (Meyer y Allen, 1997).

En cuanto al compromiso de continuidad, abandonar la organización por lo general produce un sentimiento de ansiedad. En este compromiso existe un beneficio asociado a permanecer en el trabajo y un costo asociado a irse de éste. Un alto compromiso de continuidad dificulta que un trabajador se cambie de organización por las pérdidas asociadas a un cambio de trabajo. Un factor que aumenta este compromiso es el monto total que invierte un trabajador en el dominio de su rol o en el cumplimiento de sus funciones en la organización, así como también la falta de alternativas de empleo. Este tipo de compromiso tiende a crear un compromiso mucho más pasivo, en la forma de lealtad (Meyer y Allen, 1991).

El compromiso de continuidad puede estar más relacionado con la motivación extrínseca, ya que lo que atrae al trabajador no es la actividad que realiza en sí, si no lo que recibe a cambio por la actividad realizada, ya sea dinero u otra forma de recompensa. Esto lleva a suponer que en una sociedad con un alto índice de desempleo existirá un mayor compromiso de continuidad por parte de los trabajadores hacia sus organizaciones (Vandenberghe, 1996). Entonces, ello hace que el trabajador permanezca comprometido con la organización porque no sacrificaría los beneficios que la empresa le brinda.

El compromiso normativo hace referencia a la creencia de la lealtad hacia la organización, partiendo del sentido moral, ya que al recibir ciertas prestaciones tales como capacitaciones,

pago de estudios, etc., conduce al despertar de un sentido de reciprocidad en los empleados para con la empresa y por ende estar comprometidos con la organización hasta el tiempo estipulado Arias (2001).

La escala de compromiso organizacional de Meyer y Allen ha tenido a lo largo de los años una modificación estructural, que ha ido evolucionando conforme al aporte de otros autores y es con el aporte de los mismos que ha seguido la investigación, probando el modelo en lo que al constructo respecta.

Es importante saber que la mencionada escala en sus inicios contaba con 24 ítems que abarcaban sus tres tipos de dimensiones de afectividad, continuidad y normativo, luego fue modificado y el número de sus ítems fue reducido a 21, posteriormente la escala fue modificada por 18 ítems, manteniendo la base de sus tres tipos de dimensiones.

2.2. Bases teórico científicas:

2.2.1. Compromiso

“El compromiso hace referencia a la fuerza con que un individuo se identifica y está involucrado con su organización” (Meyer y Allen, 1996); el compromiso es aquella participación e identificación por parte de un individuo permitiendo desarrollar sus objetivos, metas y deseos para su propio beneficio.

2.2.2. Organización

Robbins y Coulter (1996) señalan que una organización es un conjunto sistemático de personas encaminadas a realizar un propósito específico, es un sistema social en el que se integra un conjunto de personas y medios para conseguir objetivos.

2.2.3. Compromiso Organizacional

Robbins (1998) indica que el compromiso organizacional es 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.

Meyer y Allen (1991) definen el compromiso organizacional como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, que influyen en la decisión de continuar o dejar la organización.

2.2.4. Compromiso Afectivo

Loli (2007) son aquellos “*Lazos emocionales que las personas forjan con la organización al satisfacer sus necesidades y expectativa*”.

2.2.5. Compromiso de Continuidad

Chiavenato (2004) señala que es el apego material del colaborador con la empresa, como consecuencia de la inversión de tiempo y esfuerzo que la persona tiene por su permanencia en la empresa y que perdería si abandona el trabajo.

2.2.6. Compromiso Normativo

Betanzos, Andrade y Paz (2006) indican que el empleado asume una lealtad y permanencia con la organización, no solo porque tiene una obligación moral de contrato sino porque cree que es lo correcto, en esta dimensión el empleado está más enfocado en cumplir con las metas y de crear una aprobación social por los demás.

Tabla 1:

Modelos del Compromiso Organizacional

MODELOS	MATHIEU Y ZAJACS- 1990 (UNIDIMENSIONAL)	LARGOMARSINO -2004	GOURNARIS-2008 (ORIENTACIÓN AL MERCADO)	MEYER Y ALLEN -1997
CONCEPTOS	Considera el compromiso como un componente efectivo relacional a la involucración e identificación del individuo con la empresa.	Considera la relación existente entre el empleado y la organización. Toma en cuenta la mejora continua y el sentirse motivado.	Se basa en la teoría de la equidad y propone que los empleados evalúan sus propios trabajos realizando un balance entre lo que aportan a la empresa y lo que obtienen de ella.	Considerado uno de los modelos más completos y es recomendado por varios estudiosos en donde se ha creado una división del compromiso organizacional que se puede identificar por el empleado de su empresa.
VARIABLES	- Compromiso afectivo.	- Compromiso económico. - Compromiso de crecimiento. - Compromiso moral.	- Intercambio de valores entre las empresas y el empleado. - comunicación interna y entrenamiento. - Conciliación entre la vida laboral y familiar.	- Compromiso afectivo. - Compromiso de continuidad. - Compromiso normativo.
LIMITACIÓN	Solo aplica un componente del compromiso que es el afectivo.	Considera que no todos los empleados logren “sudar la camiseta” ya que no todos no tienen el mismo nivel de compromiso y el deseo de involucrarse	No indica	No indica
CONCLUSIÓN	Este modelo busca que el empleado se sienta satisfecho por parte de la organización con respecto a las necesidades y expectativas que sienta.	Determina que los empleados tienen diferentes necesidades es por eso que no tienen el mismo nivel de compromiso.	Básicamente se enfoca en que para satisfacer las necesidades del cliente externo antes hay que satisfacer las del cliente interno.	El compromiso hace referencia a la fuerza con que un individuo que se identifica y está involucrado con su organización”

Fuente: Elaboración propia basado en el Modelo de Compromiso Organizacional.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación:

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, porque se emplearon métodos de recolección de datos para ambos tipos de investigación.

El nivel de la Investigación fue descriptiva o llamada también una investigación diagnóstica que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Sampieri, 2010)

3.2. Diseño de investigación:

La investigación fue un estudio de caso que es la particularización y no la generalización de un tema, se utilizó para comprobar si las teorías y modelos científicos realmente sirven en el mundo real, en este caso esta investigación se llevó acabo en la ciudad de Chiclayo y está basado en los datos encontrados al haber aplicado la encuesta, éste fue el único instrumento de investigación que contrastó con los antecedentes y la base teórica elaborada en la investigación.

3.3. Población, muestra y muestreo:

La población estuvo conformada por 25 trabajadores, distribuidos en distintas áreas del Restaurante.

En la investigación se tuvo como muestra una población finita, considerado como censo porque se tomó como muestra a todos los trabajadores.

El muestreo en esta investigación es igual que la muestra ya que todos los colaboradores tienen las mismas probabilidades de formar parte de la misma.

3.4. Criterios de selección:

La Población de la investigación no tuvo delimitaciones, ya que se tomó como muestra a los 25 trabajadores, que viene a ser la cantidad exacta de trabajadores que conformaban el restaurante en sus distintas áreas.

Tabla 2

Trabajadores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo

Trabajadores	N.º de personas por los 2 turnos
Gerente General	1
Recursos Humanos	2
Mozos	12
Cocineros	2
Ayudante de cocina	2
Mantenimiento	2
Logística	2
Cajero	2
TOTAL	25

Fuente: Elaboración propia

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de Variables

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	CONCEPTO	Ítems / Afirmaciones	ESCALA ORDINAL	INSTRUMENTOS O ESCALA
COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos para mantener la permanencia a la organización.	Afectivo	Un estado mental caracterizado por el deseo de comprometerse	Actualmente trabajas en esta empresa más por gusto que por necesidad.	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	Encuesta
				Tengo una fuerte emoción de pertenecer a esta empresa.	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Esta empresa tiene un gran significado personal para mí	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Siento una fuerte emoción de pertenecer a esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Disfruto hablando de esta empresa con gente que trabajan en otro lugar	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
		Continuidad	Los individuos se comprometen a valorar el coste de oportunidad de dejar de hacerlo	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laborando en esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Seguirías trabajando en esta empresa, a pesar de que te ofrecerían un mejor sueldo en otra empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Considerarías trabajar en otra empresa a pesar de todo el desempeño que has demostrado	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	

				Uno de los principales motivos de seguir trabajando en esta empresa, es porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo igual	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Si me ofrecieran un trabajo mejor, sería duro para mi dejar esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Si dejaría esta empresa, pensaría que tengo pocas opciones de conseguir un trabajo mejor	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
		Normativo	Sienten la obligación moral de comprometerse	Siento la obligación moral (deber) de pertenecer a esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Tengo la voluntad de hacer el mayor esfuerzo, más allá de lo que me piden en esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Me sentiría culpable si dejase ahora esta empresa considerando todo lo que me ha dado.	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Te sientes comprometido con esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				La empresa donde trabajo merece mi lealtad.	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	
				Creo que le debo mucho a esta empresa	1-2-3-4-5-6-7 intervalo	

Fuente: Meyer y Allen (1997). Adaptado a la realidad de la investigación.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

En la investigación se tomó como base al Modelo de Meyer y Allen (1997), el cual tuvo una escala de compromiso organizacional adaptado y validado en versión español en México y España por Luis Arciniega y Luis Gonzáles (2006), cuenta con tres Dimensiones: Afectivo, Continuidad y Normativo.

La escala constó de 18 ítems, la cual fue adaptada a la realidad de la investigación, la cual se calificó con una escala Likert de 7 intervalos Totalmente en desacuerdo, Muy en desacuerdo, En desacuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, De acuerdo, Muy de acuerdo y Totalmente de acuerdo.

La codificación de los grados de aprobación se realizó de la siguiente manera, a efectos del análisis de los resultados:

Tabla 4

Ítems de las Dimensiones del Modelo de Mayer y Allen

Dimensiones	Ítems
Afectivo	1,3,7,10,11,12
Continuo	15,4,17,13,16,8
Normativo	2,5,6,9,14,18
Total	18

Fuente: Meyer y Allen (1997)

Tabla 5
Escalas de Medición del Modelo de "Meyer y Allen"

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

Fuente: Meyer y Allen (1997)

El análisis e interpretación de los datos de la variable y sus dimensiones se basó en una tabla de niveles de compromiso organizacional, estos niveles fueron establecidos tomando en cuenta que se trabajó con una escala de 1 a 7, se consideró como valores positivos aquellos que van desde 5,5 hasta 7; ya que en este rango está ubicado la cola de máximo valor.

Para el nivel medio se consideró los valores desde 2,5 a 5,4 que representó la tendencia central de la escala. El nivel bajo estuvo definido por puntuaciones de 1 a 2,4 que representó la menor valoración de la escala.

3.7. Procedimientos:

En el proceso de la investigación se ejecutó el análisis de datos, se utilizó una hoja de documento de Word (Office 2010) en el que se diseñó el formulario de la encuesta.

Posteriormente se empleó una hoja de cálculo Excel (Office 2010); en la que los resultados de las preguntas realizadas en la encuesta se procesaron de manera descriptiva y gráfica.

Asimismo, estos resultados estuvieron apoyados mediante la herramienta de validación IBM SPSS que es un software de análisis estadístico que presentó las funciones principales necesarias para el proceso analítico de principio a fin.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos:

Para esta investigación se utilizó el programa SPSS Statistics, el cual proporcionó las herramientas básicas de análisis estadístico para cada paso del proceso analítico, ofreció una amplia gama de procedimientos estadísticos para dirigir análisis precisos, técnicas incorporadas para preparar los datos para el análisis de forma rápida y sencilla como la funcionalidad completa de elaboración de informes para la creación de gráficas muy eficientes.

La codificación se realizó de acuerdo a la vista de variables que tienen las diferentes celdas para ingresar los datos del tipo de investigación, tales como etiquetas que en este caso fueron las dimensiones del Modelo de Meyer y Allen, posteriormente se tomó en cuenta la medida y finalmente se digitó los demás datos que requirió el programa.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	num	Númérico	2	0	Dimensiones	{7, Intervalo...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
2	P1	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P2	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P3	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P4	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P5	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P6	Númérico	1	0	Afectivo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P7	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P8	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P9	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P10	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P11	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P12	Númérico	1	0	Continuidad	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P13	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P14	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P15	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P16	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P17	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P18	Númérico	1	0	Normativo	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	PROAFEC	Númérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
21	PROCON	Númérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
22	PRONOR	Númérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
23											
24											

Figura 1. Vista de variables del programa "IBM SPSS"

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

En la siguiente figura se puede apreciar la vista de datos que contiene la sábana de datos en donde se digitalizó los resultados de las respuestas marcadas por los 25 colaboradores encuestados del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo.

Sabana Final.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 22 de 22 v

	num	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
1	1	5	5	5	5	5	6	6	3	3	3	5	3	5
2	2	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	5
3	3	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4
4	4	5	6	7	4	3	3	4	1	3	3	5	5	3
5	5	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	5
6	6	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	5
7	7	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	5
8	8	6	5	5	6	5	5	5	6	4	3	4	4	3
9	9	5	5	5	5	5	6	6	3	3	3	5	3	5
10	10	6	6	6	4	2	2	4	1	3	2	5	5	3
11	11	4	4	5	5	4	6	1	2	2	2	4	1	1
12	12	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	2	5
13	13	4	5	6	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5
14	14	4	4	5	5	4	5	1	2	1	1	4	2	2
15	15	4	4	1	5	3	5	1	2	3	1	3	3	4
16	16	5	4	5	3	3	3	3	3	2	2	5	2	3
17	17	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	3	5
18	18	3	5	5	5	5	5	5	2	2	3	6	6	4
19	19	6	5	5	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3
20	20	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4
21	21	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5
22	22	5	5	5	4	3	3	4	1	3	2	5	2	4

Figura 2. Vista de variables del programa "IBM SPSS"

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

El programa IBM SPSS sirvió como una herramienta útil ya que facilitó y solucionó todo el proceso analítico desde la planificación y la preparación de los datos al análisis, además sirvió de mucha ayuda porque este programa incluye opciones flexibles de distribución de los datos, en este caso las respuestas de los encuestados. Su rendimiento fue más rápido a comparación que la de tipo de hoja de cálculo de Excel.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,757	5

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Afectivo	17,20	8,417	,414	,748
Afectivo	17,12	8,027	,679	,688
Afectivo	17,36	5,573	,616	,691
Afectivo	17,52	7,343	,559	,701
Afectivo	18,00	7,417	,479	,729

Figura 3. Análisis del Alfa de Cronbach de la Dimensión Afectiva

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

En este cuadro se puede apreciar que el nivel de confiabilidad de la dimensión de Afectividad muestra un Alfa de Cronbach de 0,757, lo que significa que es muy respetable, consistente y adecuado para el estudio.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,593	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Continuidad	16,16	10,640	,360	,537
Continuidad	16,56	12,090	,253	,585
Continuidad	16,64	12,990	,236	,585
Continuidad	17,12	11,360	,745	,426
Continuidad	15,48	13,843	,207	,591
Continuidad	16,64	11,740	,327	,549

Figura 4. Análisis del Alfa de Cronbach de Dimensión de Continuidad

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

En este cuadro se observa que el nivel de confiabilidad de la dimensión de Continuidad muestra un Alfa de Cronbach de 0,593, lo que significa que se encuentra en un nivel moderado y adecuado para el estudio.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,501	5

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Normativo	16,44	4,340	,374	,370
Normativo	16,00	5,250	,412	,351
Normativo	16,76	5,440	,440	,345
Normativo	15,12	7,610	,050	,538
Normativo	15,20	6,250	,118	,551

Figura 5. Análisis del Alfa de Cronbach de la Dimensión Normativo

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

En este cuadro se aprecia que el nivel de confiabilidad de la dimensión Normativo muestra un Alfa de Cronbach de 0,501, lo que significa que se encuentra en un nivel moderado y adecuado para el estudio.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,698	16

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Afectivo	56,80	44,000	,518	,666
Afectivo	56,72	43,377	,734	,655
Afectivo	56,96	41,457	,418	,667
Afectivo	57,12	48,527	,041	,708
Afectivo	57,60	46,417	,192	,695
Continuidad	57,84	37,640	,570	,640
Continuidad	58,24	48,107	,000	,726
Continuidad	58,32	46,727	,122	,705
Continuidad	58,80	42,833	,593	,657
Continuidad	57,16	44,057	,400	,673
Continuidad	58,32	40,227	,504	,654
Normativo	57,96	46,373	,101	,712
Normativo	57,52	46,427	,186	,695
Normativo	58,28	48,543	,042	,708
Normativo	56,64	47,657	,264	,690
Normativo	56,72	42,543	,441	,666

Figura 6. Análisis de Alfa de Cronbach de las Dimensiones de Meyer y Allen (1991)

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

Este cuadro muestra que el nivel general de confiabilidad de las tres dimensiones del Compromiso Organizacional tiene un Alfa de Cronbach de 0,698, lo que significa que se encuentra en un nivel confiable y adecuado para el estudio y desarrollo de nuestra investigación.

3.9. Matriz de Consistencia:

Tabla 6:
Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	DIMENSIONES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
Baja identificación de los empleados del Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de Chiclayo	General Determinar el grado de compromiso organizacional de los empleados en el Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de Chiclayo.	Afectivo	Cualitativo y cuantitativo, descriptiva o llamada también una investigación diagnóstica.	La población estuvo conformada el total de colaboradores de la empresa que suman en total 25.	Encuesta	Se inicia con la recopilación de información a través de la técnica de la encuesta y como instrumento se usa el cuestionario propiamente del Modelo Meyer y Allen (1997). Adaptado a la realidad de la investigación. Además, se realizó una validación de juicio de expertos. Por otro lado, se midió la fiabilidad de los ítems a través del Alpha de Cronbach, arrojando como resultado una alta correlación entre ítems y constructo a estudiar.
	Específicos 1.- Analizar el grado de compromiso afectivo de los empleados en el Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de Chiclayo.	De Continuidad	DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
	2.- Analizar el grado de compromiso de continuidad de los empleados en el Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de Chiclayo. 3.- Analizar el grado de compromiso normativo de los empleados en el Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de Chiclayo.	Normativo	El diseño fue un estudio de caso que es la particularización y no la generalización de un tema.	Se tuvo como muestra una población finita, considerado como censo porque se tomó como muestra a todos los trabajadores.	Cuestionario	

Fuente: Elaboración propia basado en el Modelo de Compromiso Organizacional

3.10. Consideraciones éticas:

La información que se recolectó en la encuesta realizada a los 25 trabajadores del restaurante fue respetada, ya que no se manipularon ni se modificaron las respuestas, además de ello estas no fueron divulgadas entre los participantes, para evitar que se distorsionen las respuestas.

IV. Resultados y discusión

Resultado

Tabla 7:

KMO y prueba de Bartlett

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,136
	Chi-cuadrado aproximado	577,889
	Gl	153
Prueba de esfericidad de Bartlett		,000
	Sig.	

El resultado de sigma bilateral en este caso arrojó un porcentaje menor del 5%, lo cual significa que el análisis factorial es aceptable, por lo que existe una correlación entre los ítems; por lo tanto, se puede comprobar que se presenta una buena adecuación muestral a los datos, ya que el estadístico de Keiser-Meyer-Olkin (KMO), indica la proporción de la varianza que tienen en común las variables analizadas.

Tabla 8:

Varianza total explicada

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	4,262	23,675	23,675	4,262	23,675	23,675	3,966	22,032	22,032
2	3,926	21,811	45,487	3,926	21,811	45,487	3,859	21,440	43,472
3	3,186	17,698	63,185	3,186	17,698	63,185	3,548	19,712	63,185
4	1,574	8,745	71,929						
5	1,427	7,929	79,858						
6	1,035	5,752	85,610						
7	,821	4,559	90,169						
8	,624	3,468	93,637						
9	,467	2,592	96,229						
10	,229	1,270	97,500						
11	,146	,811	98,311						
12	,140	,779	99,089						
13	,073	,404	99,494						
14	,070	,387	99,881						
15	,016	,088	99,969						
16	,003	,018	99,987						
17	,002	,013	100,000						
18	2,908E-005	,000	100,000						

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Este cuadro muestra que el porcentaje de las tres dimensiones que se han utilizado para el desarrollo de nuestra investigación del Modelo Meyer y Allen, acumulan el 63% de la varianza, el cual tiene como requisito mínimo 50%, lo que significa que se encuentra en un nivel superior y adecuado por lo tanto se procederá a verificar que ítem pertenece a su respectiva dimensión.

Tabla 9:

Matriz de componentes rotados

	Componente		
	1	2	3
Afectivo	,576		
Afectivo	,934		
Afectivo	,842		-,336
Afectivo	,460	-,640	-,348
Afectivo	,409	-,811	
Afectivo		-,612	
Continuidad	,668		,425
Continuidad			,588
Continuidad		,470	,607
Continuidad			,733
Continuidad	,436	,422	
Continuidad	,758		
Normativo			,775
Normativo		,660	
Normativo		,738	
Normativo		,794	
Normativo			,710
Normativo	,369		,766

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

En la matriz de componentes rotados se puede apreciar que existe una agrupación por ítems pertenecientes a cada dimensión entre los cuales en el componente 1 se encuentran los afectivos, seguidos del componente 3 donde se encuentran los de continuidad y finalmente en el componente 2 donde se encuentra a los normativos. Por lo que significa que los tres componentes con auto valores mayores a 1 explican el porqué del 63 % de la varianza total, dando como resultado final una concordancia de niveles permitidos por la teoría propuesta.

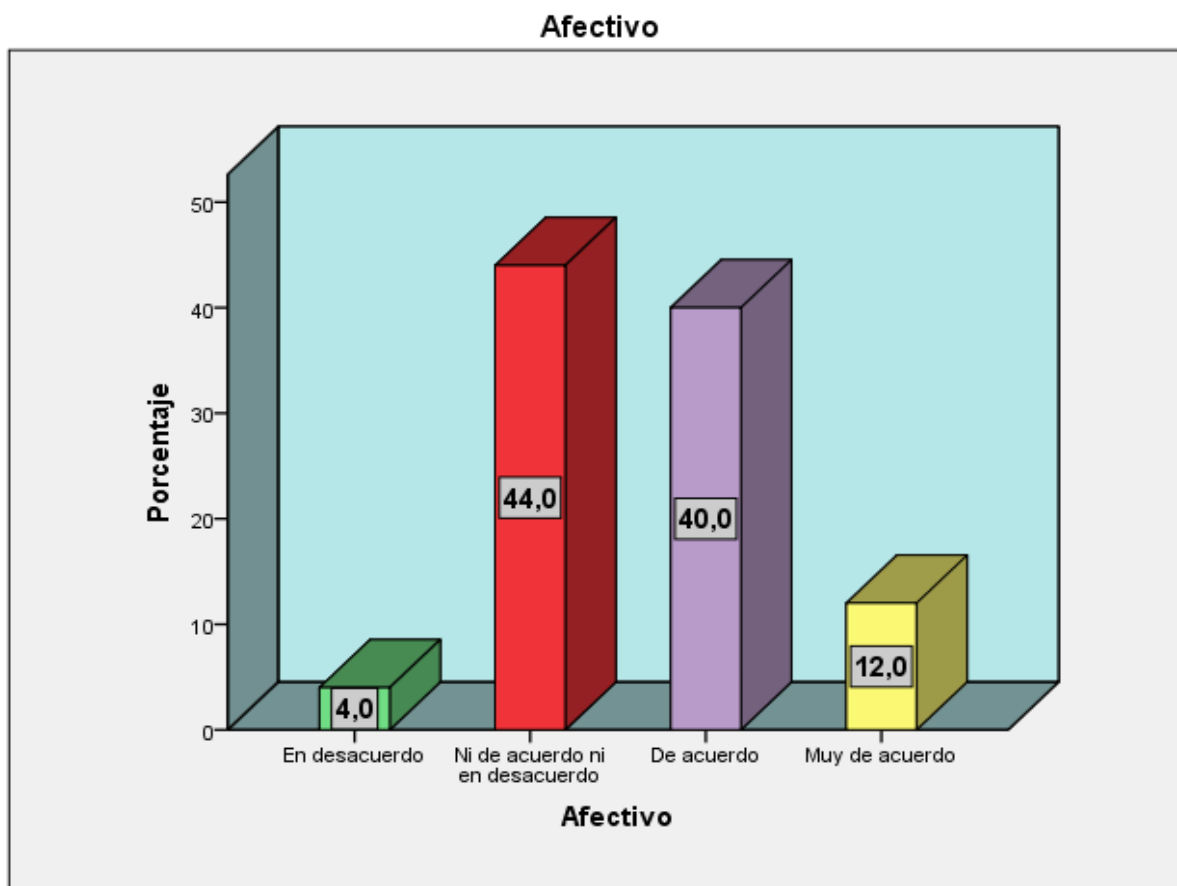


Figura 7. Trabajas en esta empresa más por gusto que por necesidad

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se puede observar que un 44% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no tienen claro el motivo por el cual laboran en esa empresa, y el 40% por lo contrario considera que laboran en esa empresa por les agrada de trabajar en ella.

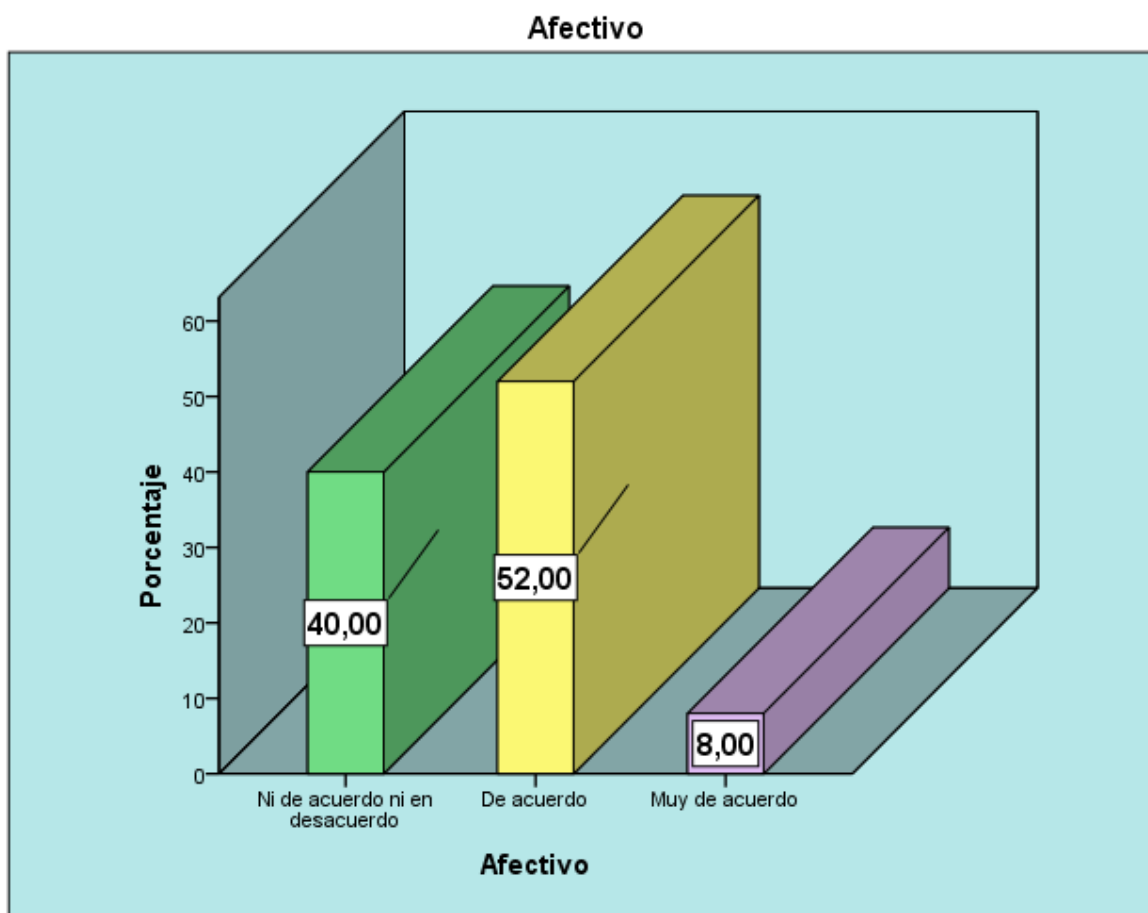


Figura 8. Sientes una fuerte emoción de pertenecer a esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se aprecia que el 52% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo les emociona laborar en esa empresa y por otro lado el 40% dudan y no están seguros de que laborar en esa empresa les pueda generar una fuerte emoción, los porcentajes en general representan que no existe por lo menos ningún trabajador que no pueda sentir una fuerte emoción de trabajar.

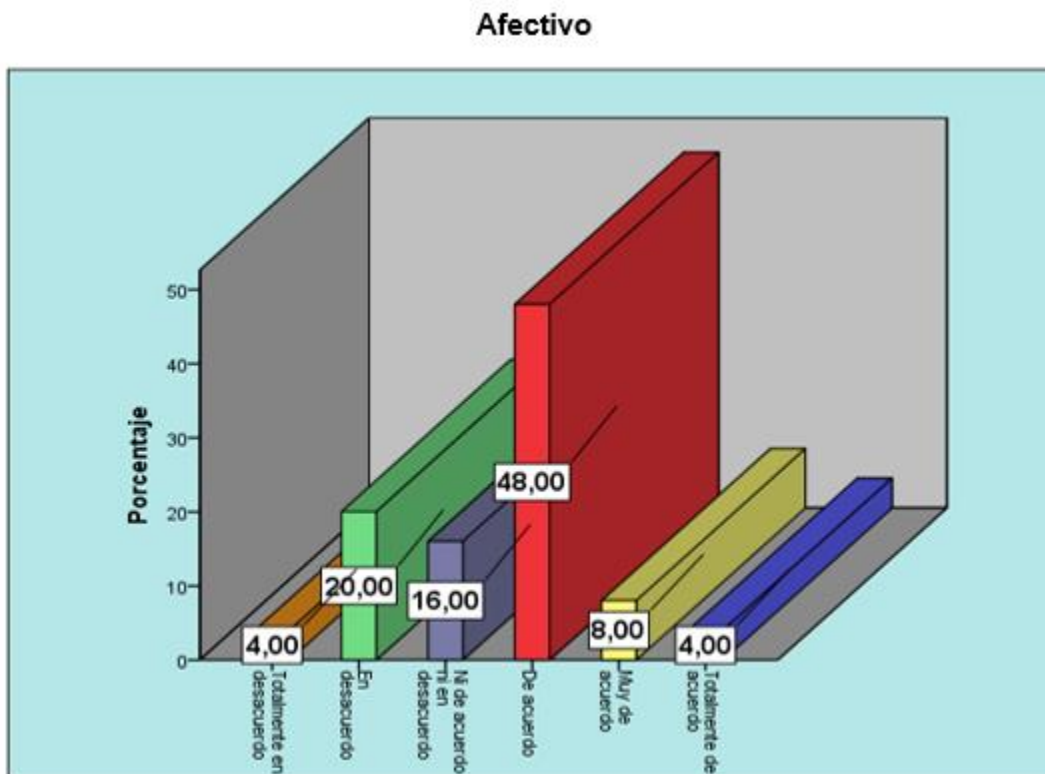


Figura 9. Esta empresa significa mucho para mí

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se observa que el 48% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo consideran que las empresas tienen un gran significado para ellos, por lo contrario, aparece un 20% que considera que la empresa no le genera un gran significado, por lo tanto, en líneas generales no existe un porcentaje representativo que demuestre que la empresa les genera un gran significado personal para ellos.

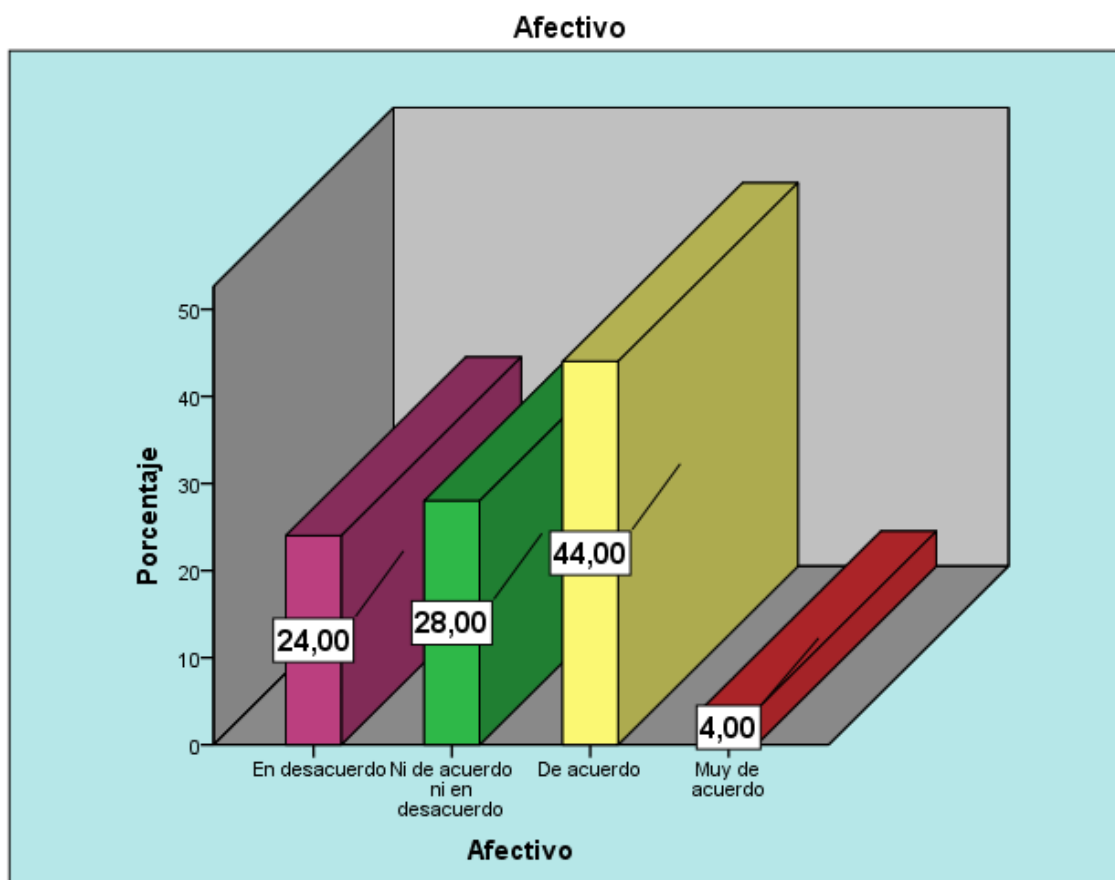


Figura 10. Me siento como parte de una familia en esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se puede observar que el 44% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo consideran que existe un ambiente familiar en esa empresa, pero el 24% se opone a creer que laboran en un ambiente familiar, por lo tanto, se puede verificar que en líneas generales no existe un porcentaje altamente representativo el cual pueda confirmar que en este restaurante existe un clima familiar.

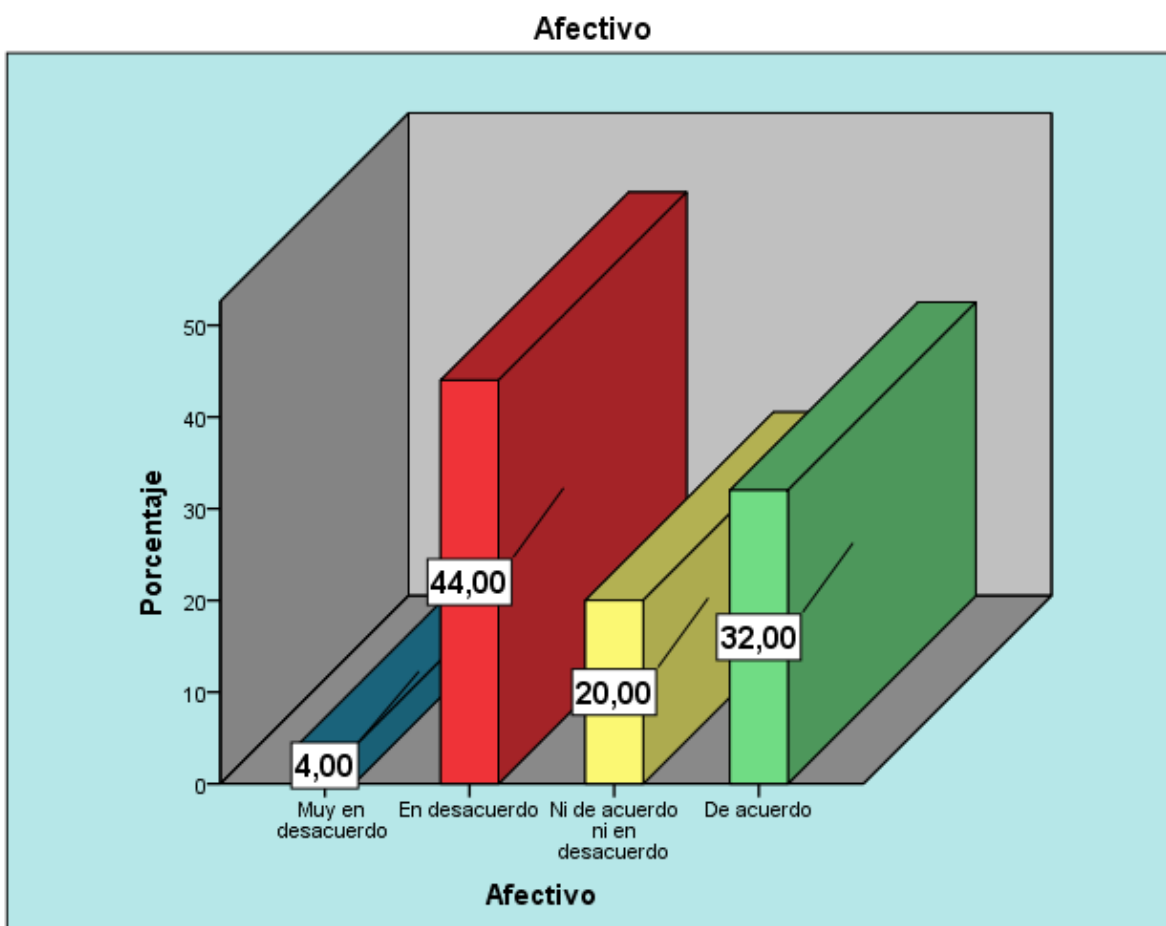


Figura 11. Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se aprecia que el 44% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no sienten una empatía con la empresa cuando se lleva a cabo algún problema, por lo contrario, el 32% si hacen suyos los problemas de la empresa, por lo tanto, no existe un porcentaje representativo que pueda confirmar si realmente los trabajadores sienten como suyos los problemas de esta organización.

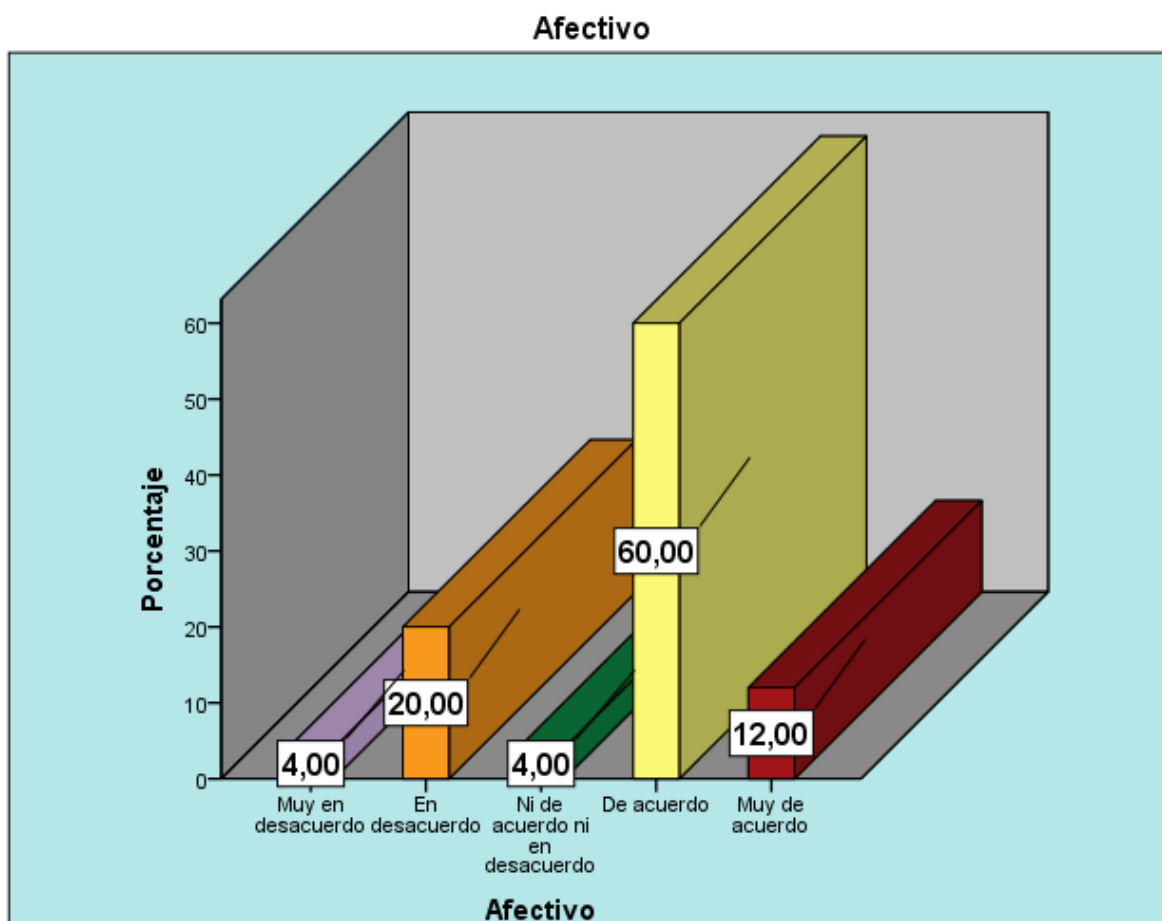


Figura 12. Disfruto hablando de esta empresa con gente que trabaja en otro lugar

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se observa notablemente que el 60% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo confirman que si disfrutan o sienten placer de hablar con otros de la empresa a comparación de las otras respuestas que no tienen un porcentaje representativo que pueda mostrar lo contrario.

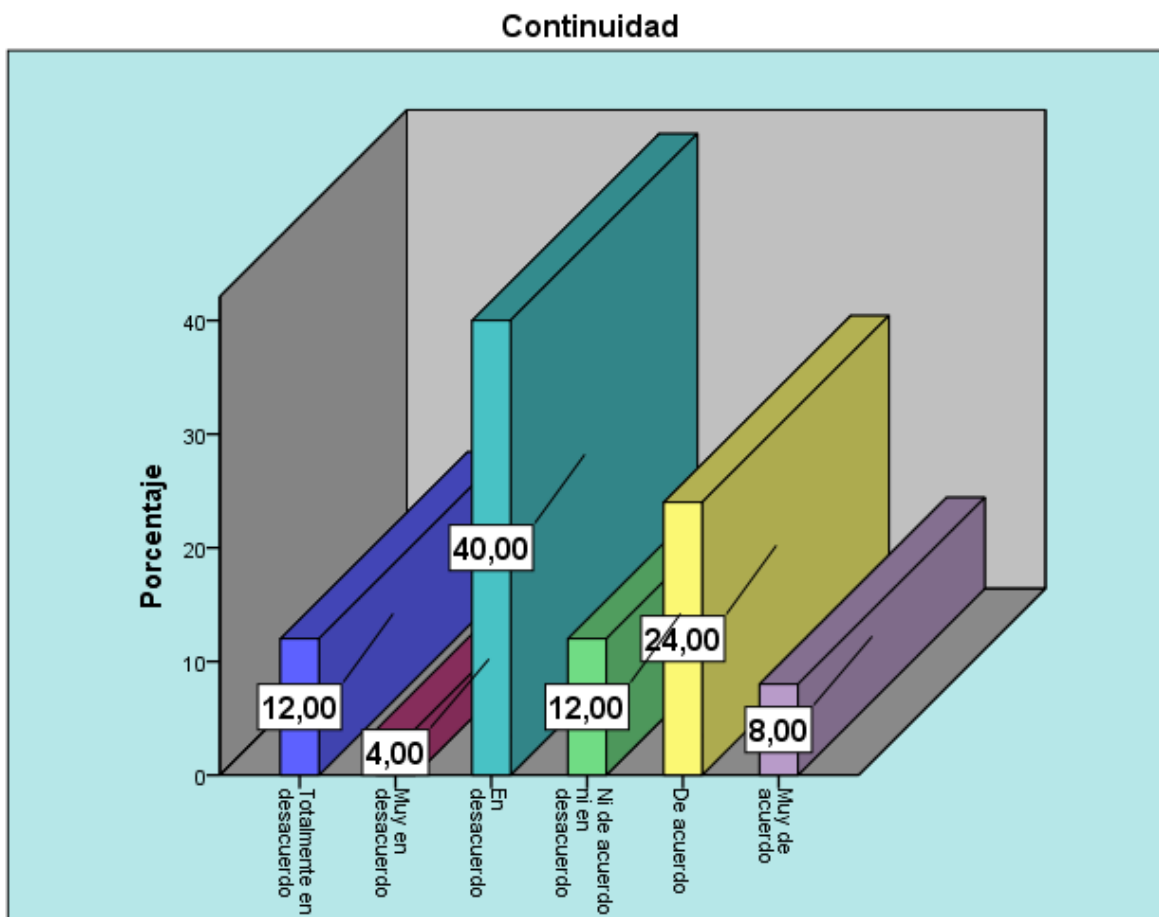


Figura 13. Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laborando en esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

Esta figura muestra que el 40% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no piensan quedarse toda su vida laborando en la empresa, mientras que el 8% si tiene anhelo de ser parte de esta empresa toda su vida, lo que muestra una fidelidad, pero realmente no existe un porcentaje representativo que pueda confirmarlo.

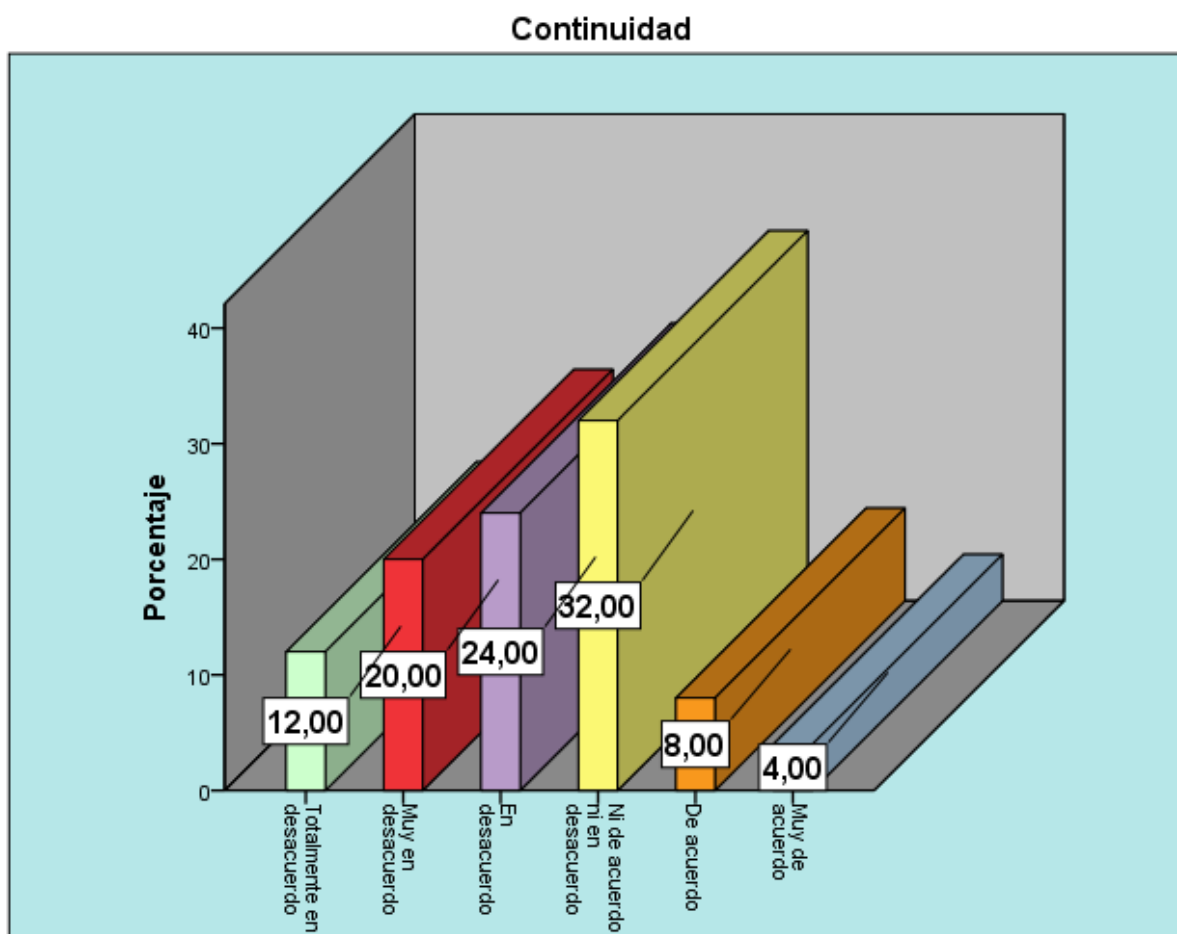


Figura 14. Seguirías trabajando en esta empresa, a pesar de que te ofrecerían un mejor sueldo en otra empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

Esta figura muestra que el 32% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no están seguros de seguir o quedarse laborando en esta empresa si recibieran una mejor oferta laboral, mientras que el 8% considera que le sería fiel a la empresa a pesar que se le pueda ofrecer otro tipo de trabajo, pero no existe un porcentaje representativo que pueda confirmarlo.

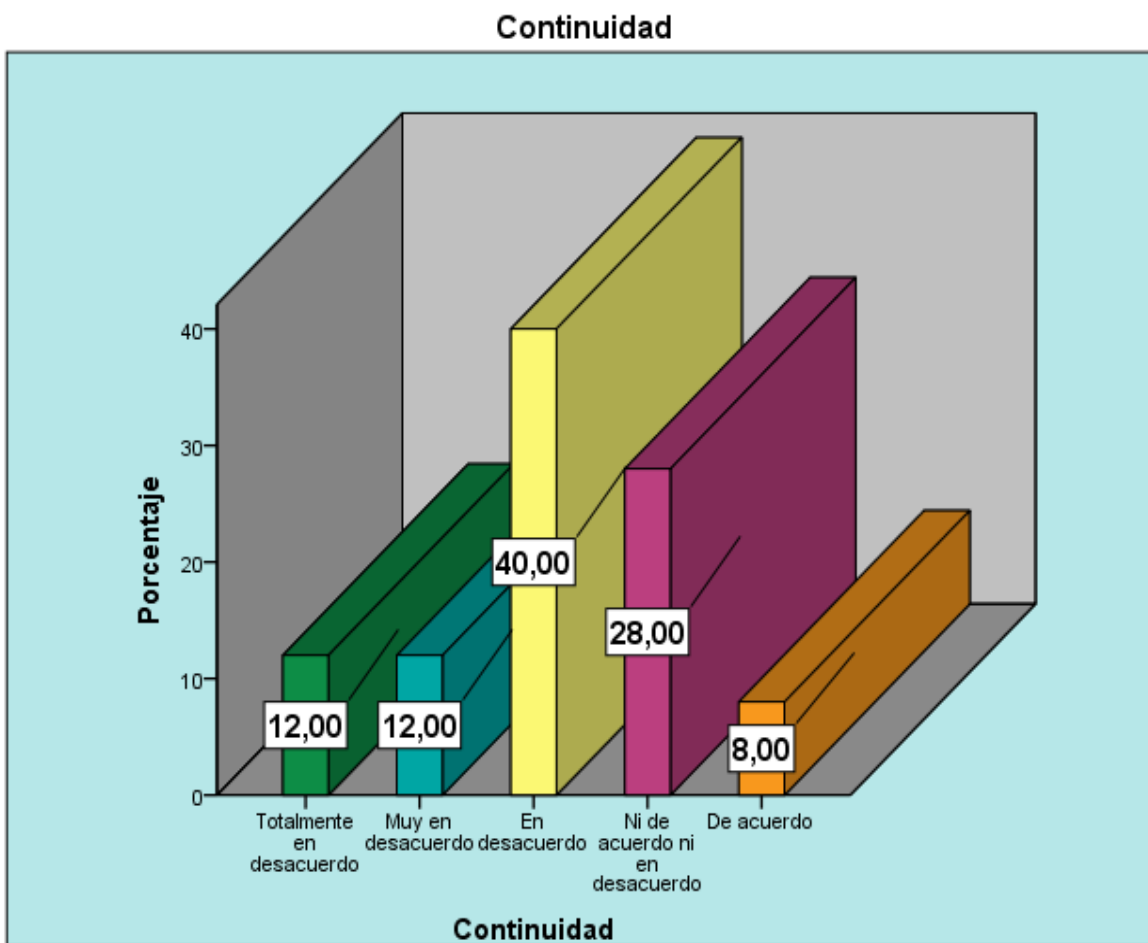


Figura 15. Considerarías trabajar en otra empresa a pesar de todo el desempeño que has demostrado

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

Esta figura muestra que el 40% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo desearían irse a trabajar en otra empresa sin importar el desempeño que han demostrado, por lo contrario, el 8% si considera que no cambiaran de trabajo, mientras que los otros porcentajes respaldan la decisión de no quedarse en esta empresa.

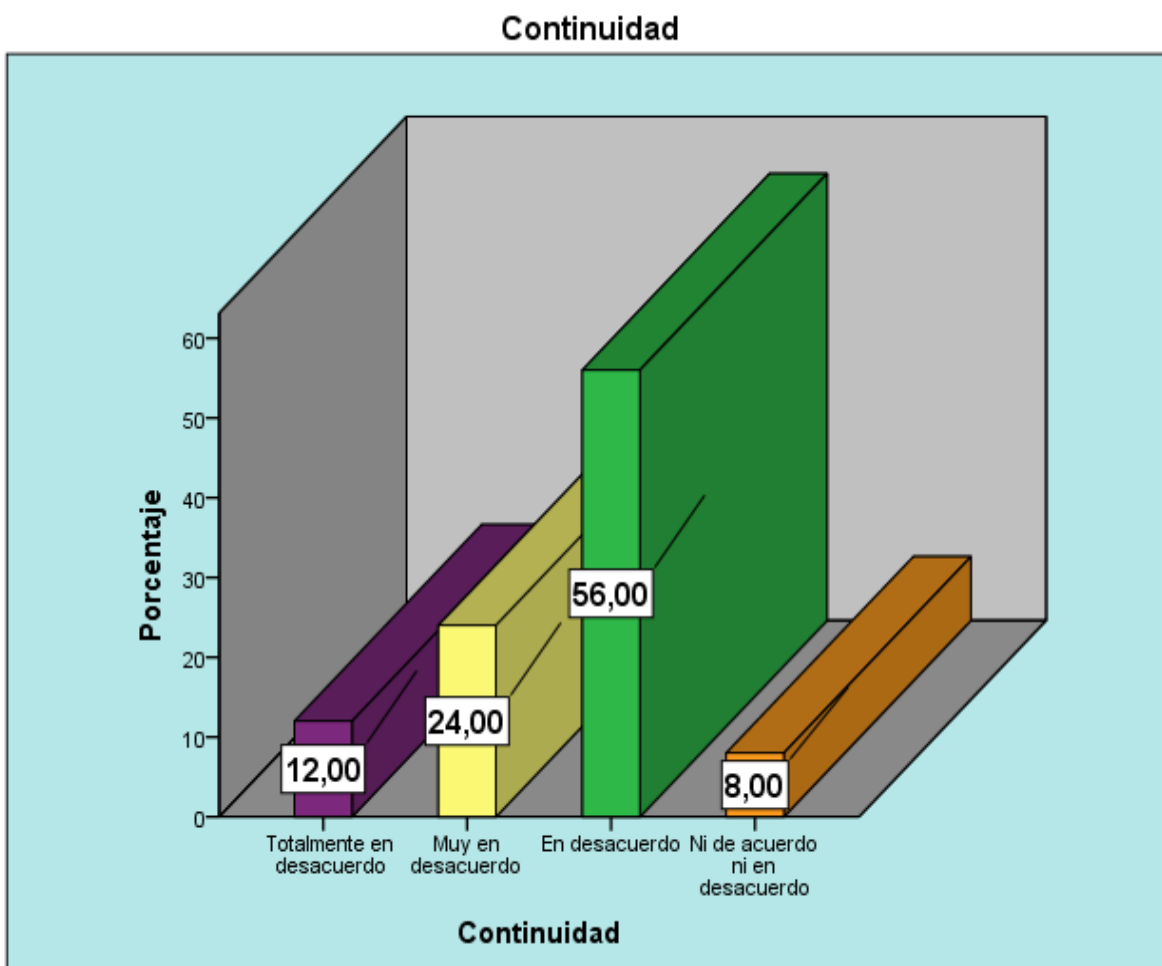


Figura 16. Uno de los principales motivos de seguir trabajando en esta empresa, es porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo igual

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 56% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo considera que sí sería difícil encontrar un trabajo igual y a diferencia del 8% que dudan en encontrar un trabajo igual.

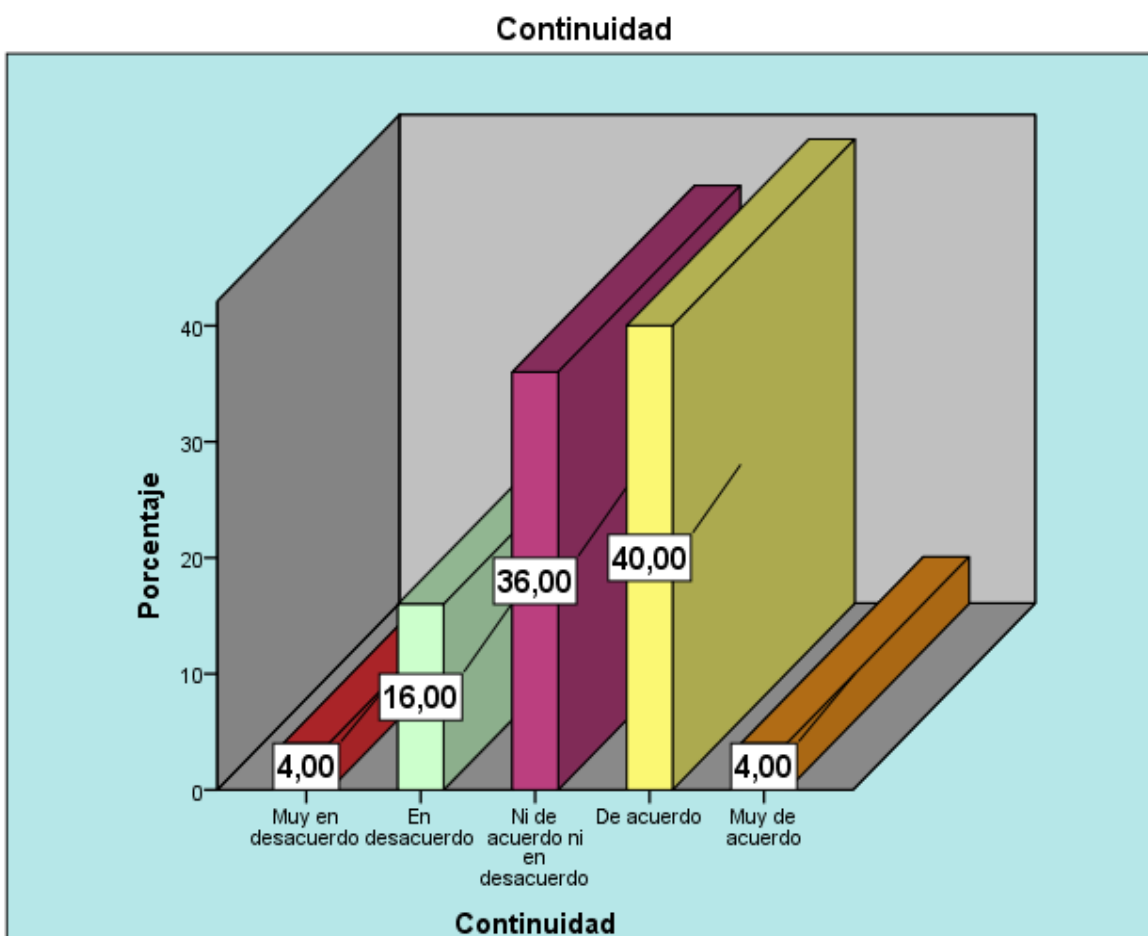


Figura 17. Si me ofrecieran un trabajo mejor, sería duro para mí dejar esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 40% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo afirma que sería duro dejar la empresa a comparación del 16% que no consideran que le pueda afectar dejar la empresa por lo tanto no existe un porcentaje representativo que demuestre que sí les afecta dejar la empresa.

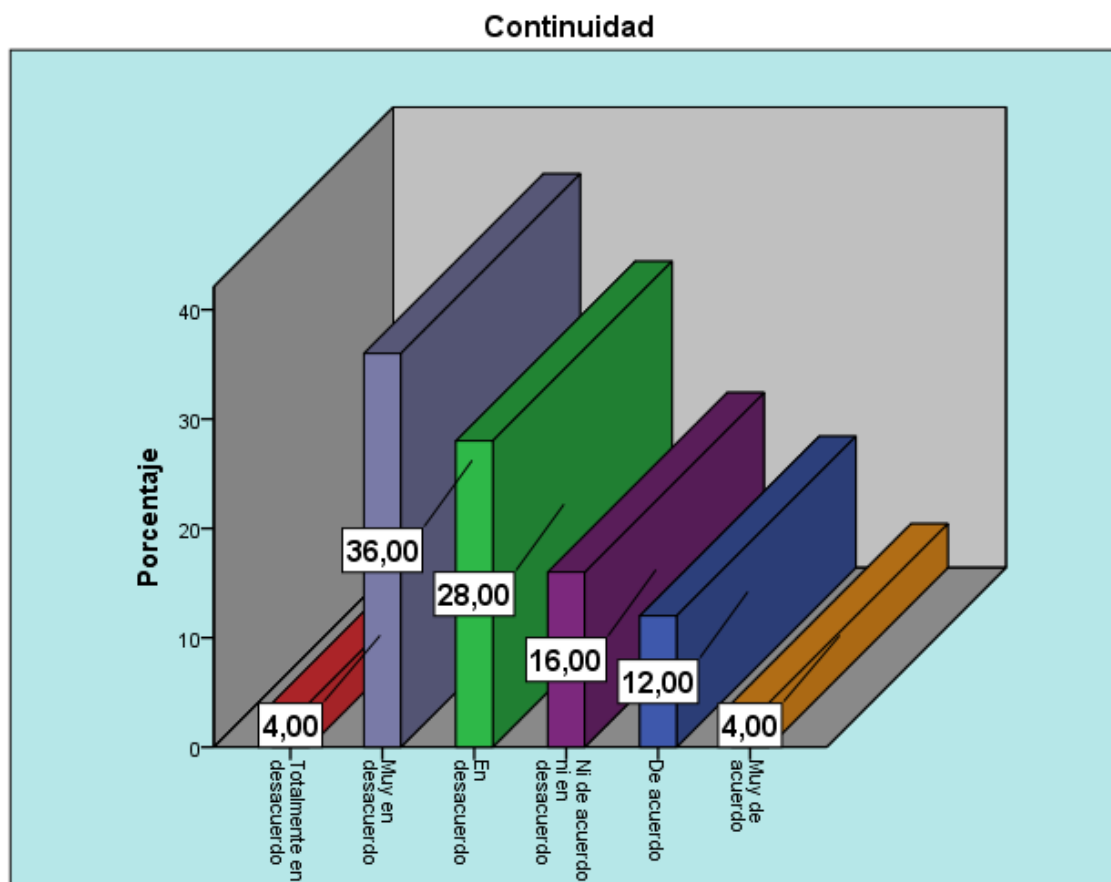


Figura 18. Si dejaría esta empresa, pensaría que tengo pocas opciones de conseguir un trabajo mejor

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 36% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo considera que sí tienen opciones de conseguir un mejor trabajo a diferencia del 12% de que afirma no podría encontrar otro trabajo si dejaría esta empresa por lo tanto no existe un porcentaje representativo que afirme el enunciado.

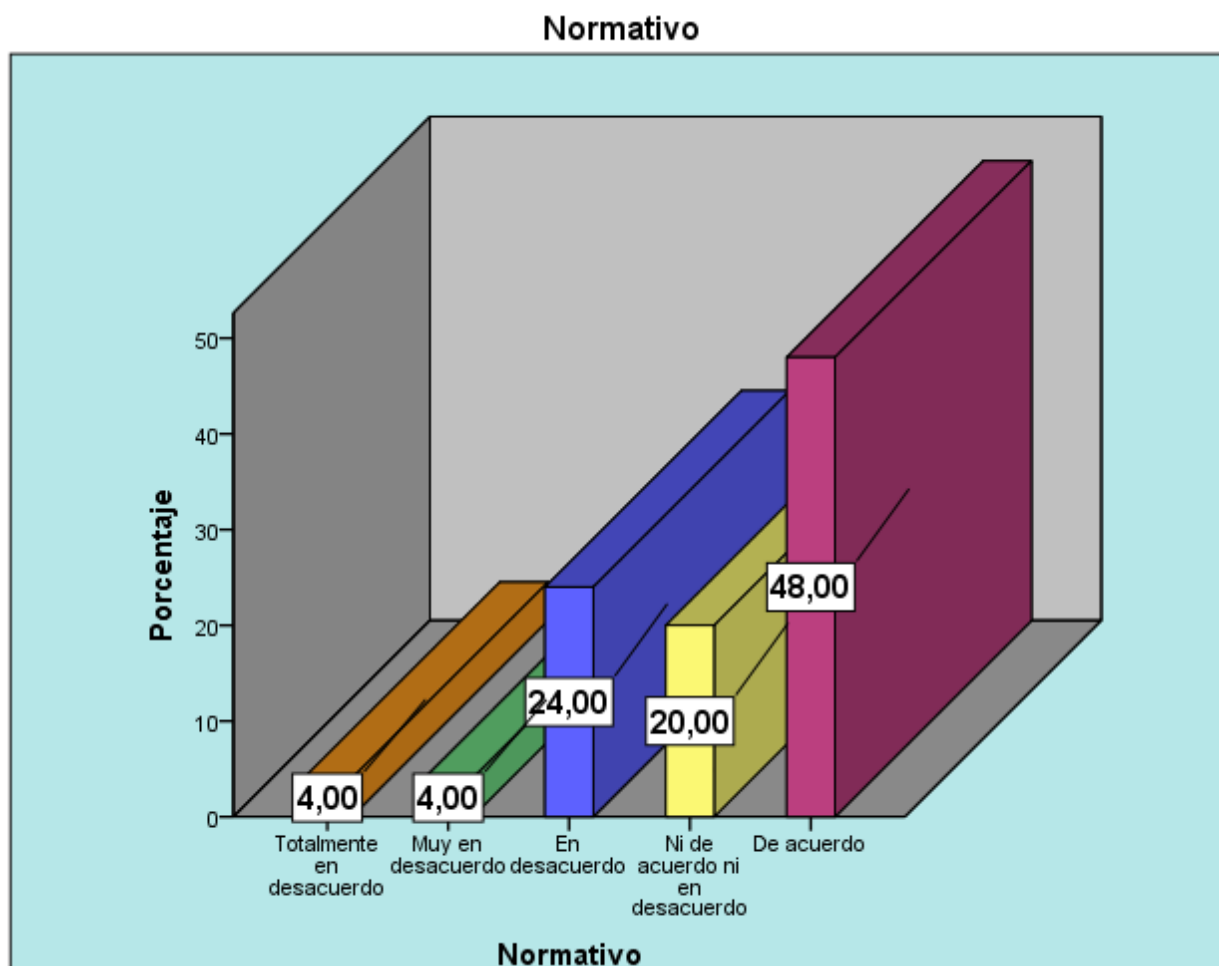


Figura 19. Siento una obligación moral (deber) de pertenecer a esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 48% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo sienten la necesidad de pertenecer a esta empresa a comparación del 24% que no se sienten obligados moralmente a ser parte de ella por lo tanto existe un porcentaje representativo que confirma que los trabajadores no sienten la necesidad de pertenecer a esta empresa.

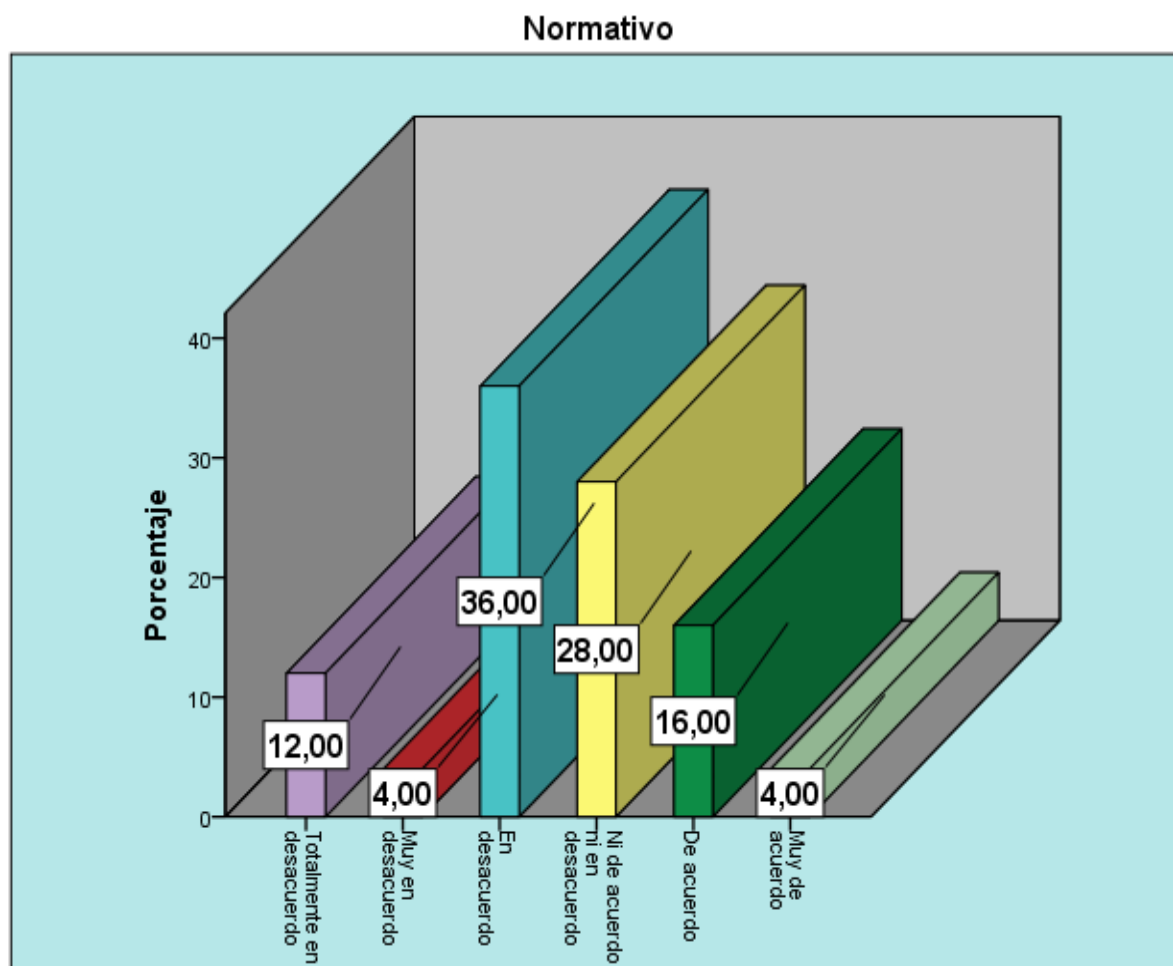


Figura 20. Tengo la voluntad de hacer el mayor esfuerzo, más allá de lo que me piden en esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 36% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no realiza un mayor esfuerzo más allá de lo que se le pida a comparación del 16% que sí tiene la voluntad de realizar más actividades de lo que se le pide.

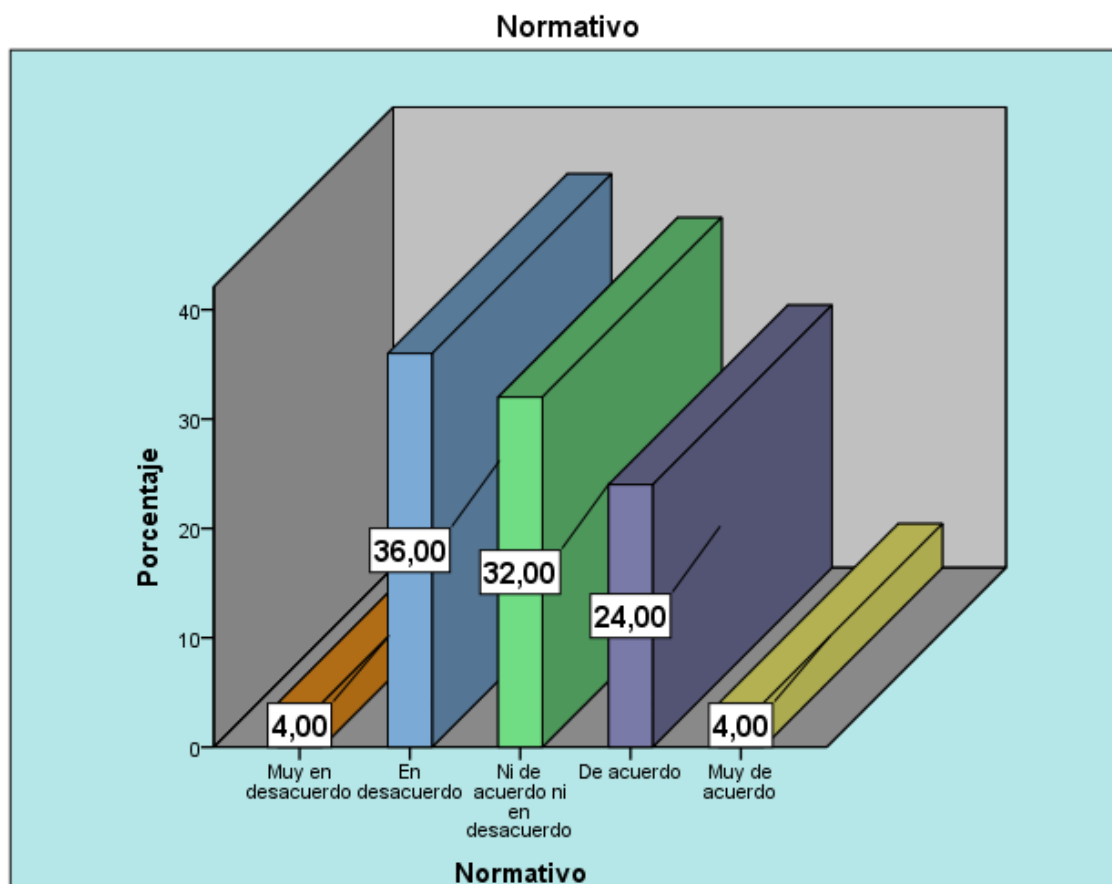


Figura 21. Me sentiría culpable si dejase ahora esta empresa considerando todo lo que me ha dado

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 36% de los trabajadores de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo renunciarían y no les importaría dejar la empresa a diferencia del 24% que sienten la culpa de renunciar por todo lo que se le ha dado.

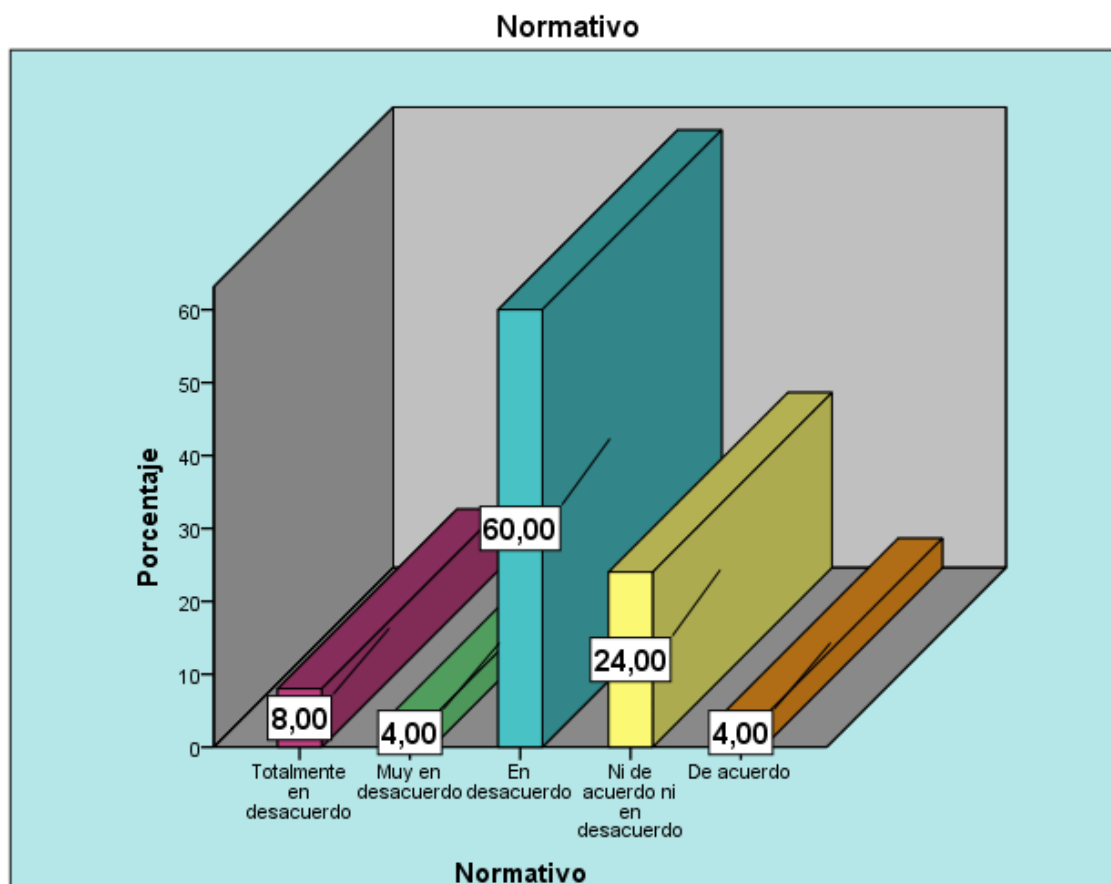


Figura 22. Te sientes comprometido con la gente de esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

El 60% de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo no muestra un compromiso en la empresa a comparación del 4% que sí se sienten identificados con la gente de la empresa, en general existe un porcentaje representativo que los trabajadores no están comprometidos con la organización.

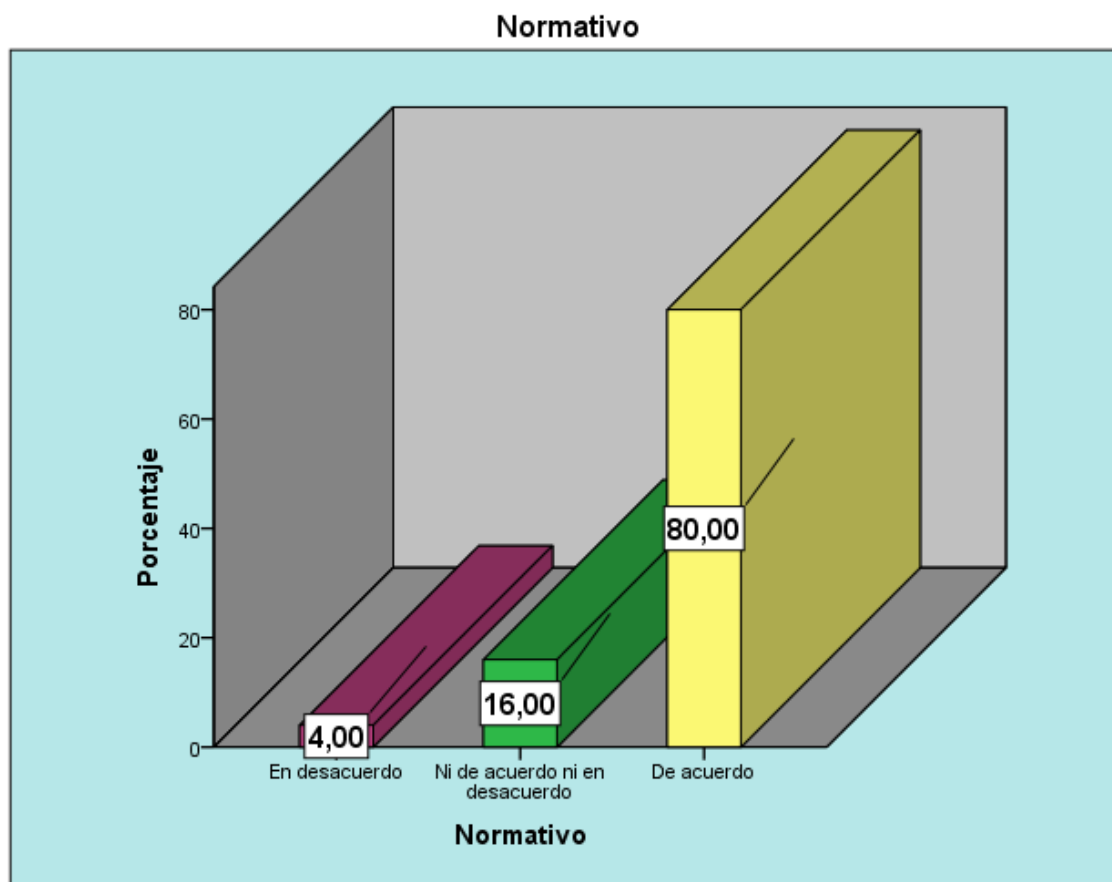


Figura 23. Creo que le debo mucho a esta empresa

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

Esta figura sobresale un alto nivel del 80% que representa que más de la mitad de los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo realmente consideran que sí le deben mucho a esta empresa.

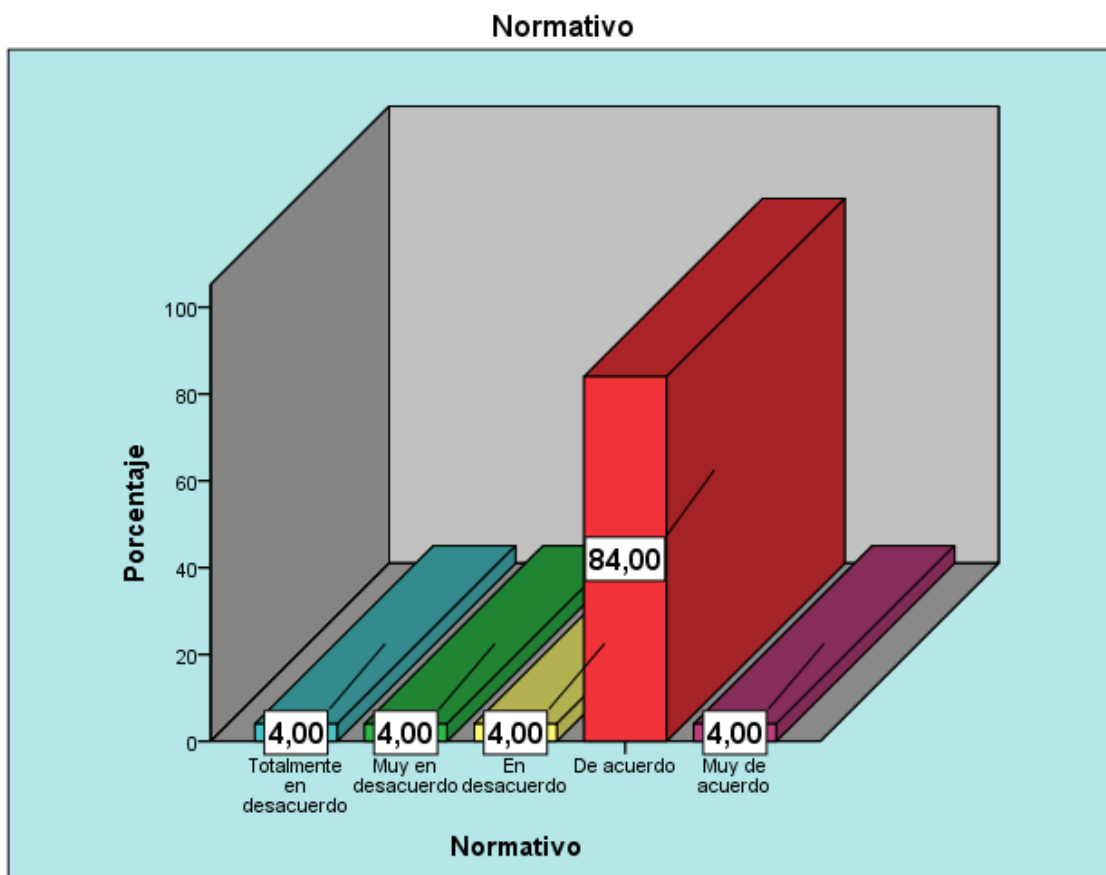


Figura 24. La empresa donde trabajo merece mi lealtad

Fuente: Elaboración propia

Nota: Información aclaratoria

Esta figura resalta notablemente un nivel alto del 84% que representa que más de la mitad de los trabajadores del restaurante “la piletta del fraile” del jockey club de Chiclayo realmente sí le tienen lealtad a esta empresa.

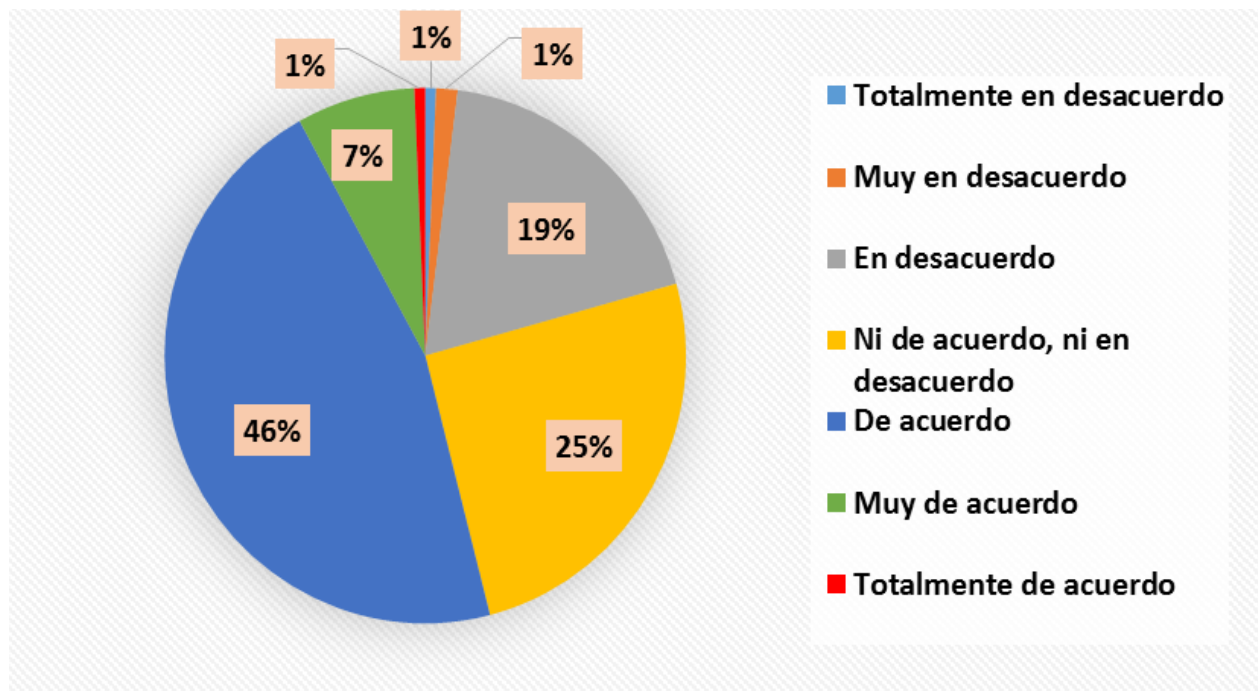


Figura 25. Dimensión de Afectividad

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Información aclaratoria

En la figura se puede observar claramente que los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de la Ciudad de Chiclayo presenta un grado medio de Compromiso Afectivo de un 46% que significa el porcentaje del vínculo o unión emocional que el empleado tiene hacia la organización y finalmente se puede verificar que el 25% de los trabajadores se encuentran dudosos de la afectividad que sienten hacia su empresa.

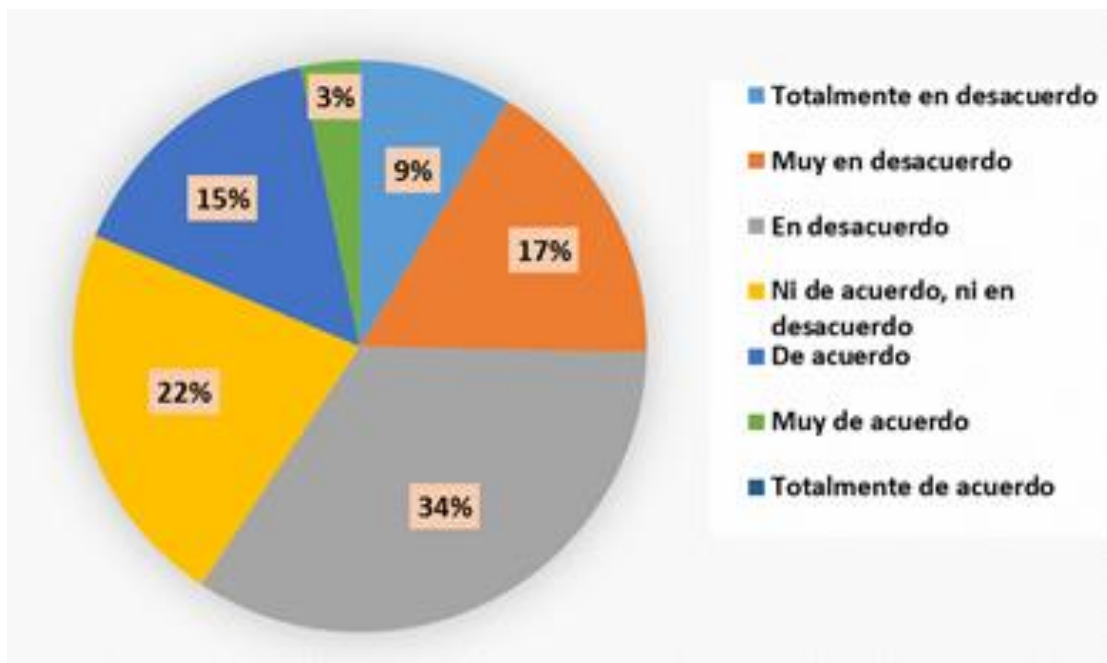


Figura 26. Dimensión de Continuidad

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Información aclaratoria

Se puede verificar que los trabajadores del Restaurante "La Pileta del Fraile" del Jockey Club de la Ciudad de Chiclayo obtienen un grado medio de 34% de Compromiso de Continuidad lo cual significa que el trabajador no siente la necesidad de pertenecer a la empresa, finalmente se observa que existe un grado bajo del 15% que pertenecen a la empresa por motivos económicos relacionados con los costos asociados al salir de ella.

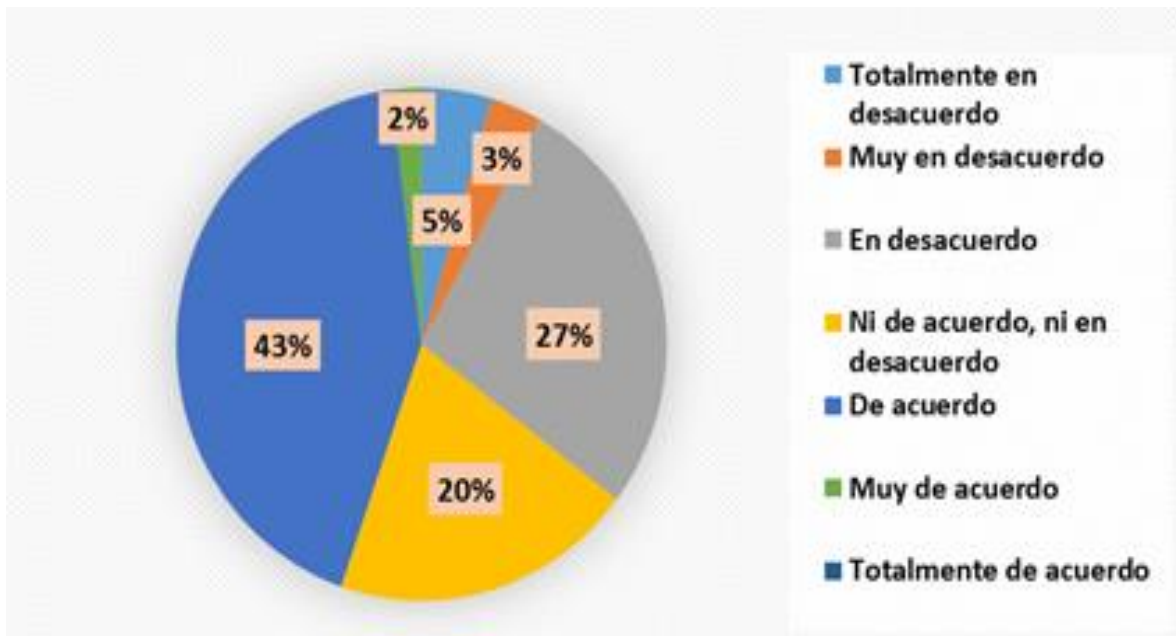


Figura 27. Dimensión Normativa

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Información aclaratoria

Se observa que los trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de la Ciudad de Chiclayo muestran un grado medio del 43%, lo cual significa que el empleado asume una lealtad de permanencia y una obligación moral por otro lado el 27% de los trabajadores muestran un resultado opuesto el cual no es significativo y no interfiere en la obligación moral que los empleados sienten hacia su organización.

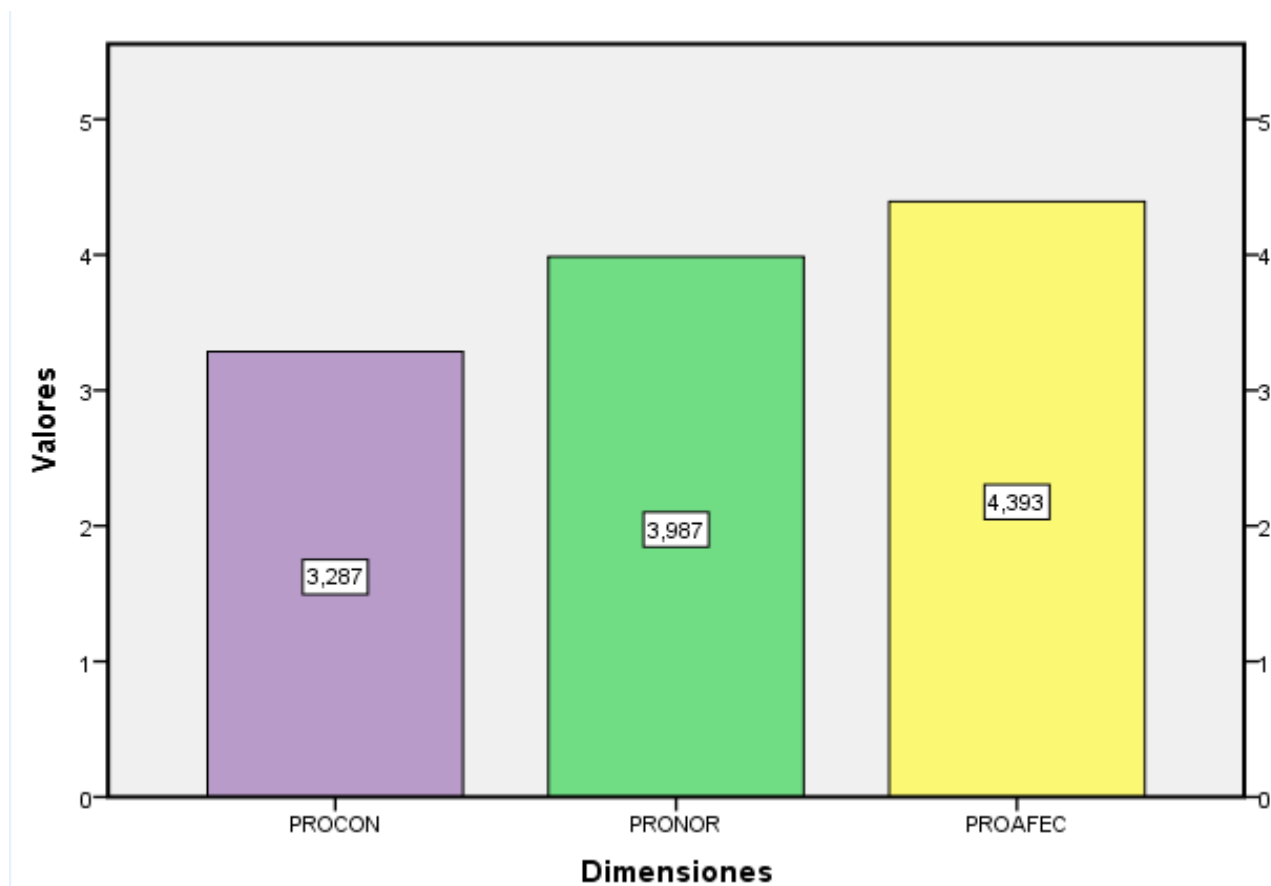


Figura 28. Resultado general de las tres dimensiones del compromiso organizacional de Meyer y Allen

Fuente: Elaboración propia diseñado en el programa IBM SPSS

Nota: Información aclaratoria

En esta figura se aprecia claramente que los colaboradores sienten una relación más fuerte con la Dimensión de Afectividad, la cual tiene un valor de 4,393, que significa que los colaboradores consideran importante los lazos emocionales y la unión emocional que sienten hacia el restaurante del Jockey Club, lo cual hace que los trabajadores permanezcan en ella.

Discusión:

En la presente investigación se ha analizado el compromiso organizacional de Meyer y Allen (1997), aplicado a los 25 colaboradores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo, donde se consideró tres objetivos de acuerdo a las dimensiones propuestas, las cuales miden el grado de compromiso organizacional.

Los resultados que se obtuvieron para la dimensión del compromiso afectivo es de un 46% lo que significa que los sentimientos son lo más importante en la toma de decisiones de los trabajadores, relacionándose con la teoría de Loli, P (2007), que hace mención a los lazos emocionales que las personas forjan con la organización al satisfacer sus necesidades y expectativas”, otra teoría que respalda el resultado es la del autor Álvarez (2008) que se refiere a esta dimensión como “El vínculo emocional o afectivo que el empleado tiene hacia la organización y apegos voluntarios, fruto de tendencias afectivas relacionadas con el placer, orgullo, gozo.”

Por otro lado, existe un 25% que demuestra que los trabajadores se encuentran dudosos de la afectividad que sienten hacia su empresa, la teoría que apoya el análisis de este resultado es la del autor de Largomarsino (2004), que hace referencia a la “Relación existente entre el empleado y la organización, tomando en cuenta la mejora continua y el sentirse motivado”, esto quiere decir que no todos los empleados logran “sudar la camiseta” pues no todos tienen el mismo nivel de compromiso y el deseo de involucrarse.

Para la dimensión del compromiso de continuidad se obtuvo como resultado un 34% de trabajadores que no sienten la necesidad de pertenecer a la empresa por motivos económicos, uno de los autores que confirman este resultado es Chiavenato (2004), que manifiesta que “Es el apego material del colaborador con la empresa, como consecuencia de la inversión de tiempo y esfuerzo que la persona tiene por su permanencia en la empresa y que perdería si abandona el trabajo”, siendo esta la retribución de las horas del trabajo que el colaborador realiza en su día a día y la importancia que este le da para mantener su continuidad dentro de la empresa.

Y el 17 % de los trabajadores sienten la necesidad de pertenecer a la empresa por motivos económicos, este resultado se puede comprobar con la teoría Vandenberghe (1996), considera que “Lo que atrae al trabajador no es la actividad que realiza en sí, sino lo que recibe a cambio por la actividad realizada, ya sea dinero u otra forma de recompensa”, es decir el pago que este recibe a cambio de su trabajo motiva e incentiva a desarrollar sus actividades de una manera efectiva en la organización.

Finalmente, el resultado que se obtuvo de la dimensión del compromiso normativo fue de un 43% que expresa que los trabajadores tienen una lealtad de continuidad y una obligación moral en la empresa, uno de los autores que respalda este porcentaje es Arias (2001), argumenta que “La creencia de la lealtad hacia la organización, parte del sentido moral, ya que al recibir ciertas prestaciones tales como, capacitaciones, pago de estudios, conduce al despertar de un sentido de reciprocidad en los empleados para con la empresa, y, por ende, estar comprometidos con la organización hasta el tiempo estipulado” por lo tanto el trabajador es consciente y a su vez valora los beneficios y apoyo que le brinda la empresa a cambio del trabajo que este realiza y como resultado opuesto se obtuvo un 27% de trabajadores que consideró que no sienten una obligación moral hacia su organización.

De los diversos estudios que se han realizado en relación al Compromiso Organizacional se han encontrado algunas investigaciones con relación al tema planteado.

De los estudios más recientes a nivel local: EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL: CASO SIPAN DISTRIBUCIONES S.A.C – CHICLAYO. En lo referente al compromiso organizacional se encontró en un nivel bueno, a pesar de observarse un bajo vínculo afectivo de los trabajadores con la empresa. Predominando un sentimiento por parte de los trabajadores de retribución hacia la empresa, pues valoran y creen en la lealtad. Para ellos el hecho de permanecer en la empresa y desarrollarse profesionalmente es considerado como una experiencia enriquecedora. Sin embargo, no descartan un cambio de empleo por mejoras en cuanto a remuneración y horarios que les permita equilibrar el ámbito laboral con el familiar. También los resultados describieron que una gran

mayoría de los trabajadores perciben que hay bajas alternativas de empleo fuera de la empresa, motivo por el cual continúan laborando en ella.

Otra investigación con resultados similares a la investigación propuesta es: EMPOWERMENT Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE UNA DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS, CHICLAYO-2014. En esta investigación se buscó establecer la relación que existió de empowerment y compromiso organizacional en los trabajadores de una distribuidora de Bebidas. El estudio se realizó con una muestra de 150 empleados. En los resultados se manifestó una estrecha relación del empowerment con los componentes de continuidad y normativo del compromiso organizacional, lo que indica que el componente afectivo necesitaba fortalecerse creando estrategias que mantengan en equilibrio la vida personal y laboral de los colaboradores.

Por lo tanto, se considera que existe coherencia entre los resultados y la apreciación del intercambio de argumentos de los autores mencionados anteriormente, esto confirma y contribuye a su validez con la aportación de teorías y estudios que plantean el compromiso organizacional según la teoría de Meyer y Allen (1997), que es uno de los modelos más completos y recomendado por varios estudiosos.

Se concluye que los resultados de los tres objetivos propuestos en esta investigación tienen concordancia con el problema general, ya que ninguno de los resultados sobrepasa el 50%, lo cual quiere decir que ninguno de los 25 colaboradores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo se siente comprometidos en un grado representativo con la Organización.

V. Conclusiones

El resultado que responde al objetivo general determina que el mayor porcentaje del grado de compromiso organizacional de trabajadores del Restaurante “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo se ubican en el Compromiso Afectivo con un 46%, seguido del Compromiso Normativo con un 43% y un grupo menor de trabajadores se encuentran en el Compromiso de Continuidad con un 34%.

Al analizar el grado del compromiso de afectividad de los trabajadores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo se encontró un porcentaje del 46% que significa que están de acuerdo y sienten un vínculo emocional por la empresa, y el menor porcentaje es totalmente en desacuerdo que está representado por el 1%. En conclusión, el ítem más resaltante fue que los colaboradores disfrutaban hablar de su empresa con otras personas y el ítem menor representativo fue el significado que tiene la empresa para los trabajadores.

Se encontró que el grado predominante del análisis del grado de compromiso de normatividad de los trabajadores del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo es 43% que significa que están en desacuerdo y que el colaborador asume una lealtad de permanencia y una obligación moral y el menor porcentaje es de un 3% que significa están muy de acuerdo. En conclusión, el ítem más resaltante es que los colaboradores consideran que le deben mucho a esta empresa y el ítem menos representativo fue que los colaboradores no se sienten comprometido con la gente de esta empresa.

Se encontró que el grado predominante del análisis del grado de compromiso de continuidad del Restaurante del Jockey Club de Chiclayo es de un 34% que significa que están de acuerdo y sienten la necesidad de pertenecer a la empresa por otro lado el menor porcentaje es muy de acuerdo que está representado por el 2%. En conclusión, el ítem más resaltante es que los colaboradores consideran que sería duro dejar la empresa si le ofrecieran un trabajo mejor y el ítem menos representativo es que los trabajadores creen que siguen trabajando en esa empresa porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo igual.

En términos generales se concluye que, en el resultado de las tres dimensiones Afectivo, Normativo y de Continuidad se obtuvieron porcentajes que no son del todo representativos y que por lo tanto no se puede considerar al trabajador en su totalidad comprometido con la empresa.

VI. Recomendaciones

Para mejorar el resultado de la Dimensión Afectiva que fue el bajo significado que tiene la empresa para los trabajadores se propone realizar una estrategia a través de un programa denominado “Tu bienestar laboral es lo primero” que consiste en realizar actividades fomentando una buena orientación e inducción al empleado para lograr que se sienta bien recibido y se integre rápidamente al equipo de trabajo, ofreciéndoles un ambiente de confianza. Estas acciones permitirán fortalecer los lazos emocionales que los empleados forjan haciendo que el trabajador se sienta estimado, reconocido y querido por el Restaurante – Concesionaria “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo.

Según el resultado de la Dimensión de Normatividad los colaboradores no se sienten comprometidos con la gente de esa empresa, por lo tanto para contrarrestar ese resultado se propone realizar una estrategia a través de un programa denominado “Crece con Nosotros” que consiste en gestionar el talento a través de planes de desarrollo profesional alineados a las aspiraciones del colaborador, que hará que el trabajo sea más estimulante y emocionante, brindándoles reconocimientos y recompensas por el desempeño individual, además de eso crear un plan de oportunidad de terminar sus estudios gracias al apoyo económico de la empresa y ofrecerles capacitaciones pagadas con la finalidad de potenciar sus habilidades y capacidades, éstas acciones permiten fortalecer en los trabajadores la obligación de permanecer en la empresa en el Restaurante – Concesionaria “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo.

Según el resultado de la Dimensión de Continuidad se encontró que los trabajadores creen que siguen trabajando en esa empresa porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo, por lo tanto se propone realizar una estrategia a través de un programa denominado “Valoramos tu Esfuerzo” que consiste en premiar al trabajador mediante bonos adicionales expresando el reconocimiento de su esfuerzo, asignándoles metas por áreas, a la vez ofrecerles posibilidades de ascensos, beneficios sociales y dándoles autonomía para la toma de decisiones e impulsando de esa manera a que sea participativo y se integre en las actividades para lograr su permanencia en el Restaurante – Concesionaria “La Pileta del Fraile” del Jockey Club de Chiclayo.

Para obtener resultados óptimos y que el grado de significancia a nivel estadístico sea efectivo, se recomienda que las futuras investigaciones tomen en cuenta el tiempo que los encuestados tienen laborando en la empresa porque el compromiso de un trabajador no se forja en un corto tiempo, por lo tanto, esto evita que las respuestas sean incorrectas.

VII. Lista de referencias

- Álvarez, G. (2008). Determinantes del compromiso organizacional. Están los trabajadores a tiempo parciales menos comprometidos que los trabajadores a tiempo completos, Universidad de Vigo.
- Arias, F. (2001). El compromiso personal hacia la organización y la intención de permanencia: algunos factores para su incremento. *Revista Contaduría y Administración*. (200).
- Ajello, A. M. (2003). La motivación para aprender. En C. Pontecorvo (Coord.), *Manual de psicología de la educación* (pp. 251-271). España: Popular.
- Arciniega, L. & Gonzales, L. (2006). ¿Cuál es la influencia de los valores del trabajo en relación con otras variables en el desarrollo del compromiso organizacional? *Revista de Psicología Social*, 2006, 21 (1), 35-50.
- Betanzos, N., Andrade, P. & Paz, F. (2006). Compromiso Organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Volumen 22. Pág. 25-43.
- Brown, W. y Moberg, D. (1990). *Organizaciones: estructura y proceso*. Ediciones Centrum
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México DF: Thomson
- Chiavenato, I.(1999). *Introducción general a la administración*. editorial mc graw hi. 4ta edición, distrito federal – México. marcano, a. (1967). *el organigrama y la organización*. editorial tropykos. 1era edición, carabobo- venezuela.
- Chiavenato, (2007). *Administración de Recursos Humanos, el capital humano de las organizaciones*. editorial mc graw hi. 8va edición, distrito federal- mexico. idias, g. (1999).

introducción a la universidad, guía para su elaboración, editorial episteme, 3ª edición, caracas-venezuela.

Cohen, A. (2009): "Una perspectiva de valor basado en el compromiso en el lugar de trabajo: Un examen de la teoría básica de valores humanos de Schwartz entre los empleados del banco en Israel." *Revista Internacional de Relaciones Interculturales*, vol.33, pp.

Deci, E.L., & Ryan, (1995). *Motivación intrínseca y autodeterminación en el comportamiento humano*. Nueva York: Plenum.

Fitzgerald, V. (Ed.) (2002). *Instituciones Sociales y Desarrollo Económico. Un tributo a Kurt Martin*. Secaucus: Kluwer Publicaciones Académicas.

Gibson, James L., Ivancevich, John M., y Donnelly, James H. (1997). *Organización: Proceso de Estructura del Comportamiento*, McGraw-Hill Companies, Inc. Estados Unidos.

Gounaris, S. (2008). La noción de orientación al mercado interno y satisfacción en el trabajo de los empleados: Algunas pruebas preliminares. *Diario de Servicios de Marketing*, 22 (1)

Johnson, R. y Chang, C. (2006). "Yo" es continuar como "nosotros" es afectivo: La relevancia de El concepto de sí para el compromiso organizacional. *Diario de Comportamiento Organizacional*, 27, pág. 549 - 570

Largomarsino R. (2004). *Compromiso Organizacional*. *Revista de Antiguos Alumnos de la Universidad de Montevideo*, pp. 79-83.

Loli Pineda, A. (2007). *Compromiso organizacional de los trabajadores de una Universidad Pública*. *Industrial Data*, 10(2), 30–37.

Mathieu, J.E. & Zajac, D.M. (1990). Una Revisión y Meta-Análisis de los Antecedentes, Correlaciones y Consecuencias del Compromiso Organizacional. *Psicológico*. Meyer, J. y

- Allen, N. (1991): Una conceptualización de tres componentes de Compromiso organizacional. Revisión de Manejo de Recursos Humanos, Vol. 01, págs. 61-89.
- Meyer, IP. y Allen, Natalie J. (1991). Una conceptualización de tres componentes del compromiso organizacional. Human Resource Management Review, 1, 61-98.
- Meyer, J.P.; Allen, (1996). "Compromiso con las organizaciones y las ocupaciones: extesión y prueba de una conceptualización de tres componentes", Journal of Applied Psychology, vol. 78, págs. 538-551
- Meyer, J.P & Allen, N.J. (1997). Compromiso en el lugar de trabajo: Teoría, investigación y aplicación, Newbury Park (CA), Sage
- Reeve, J (1994). Motivacion y Emocion. Madrid: Mc Graw-Hill, pp. 2-235
- Robbins S. (1996). Fundamentos de Comportamiento Organizacional. México: Editorial Prentice Hill.
- Robbins S. (2009). Comportamiento Organizacional. México DF: Pearson Education
- Robbins S. (2004). Comportamiento Organizacional. México DF: Pearson Education.
- Robbins, S. (1998). La Administración en el Mundo de Hoy. Editorial Prentice Hall. México
- Robbins, Stephen P. Coulter Mary (1996) Administración. 2a Ed México: P. imprenta
- Santrock, J. (2002). Psicología de la educación. México: Mc Graw-Hill.
- Sampieri, R. (2010) Metodologia de la Investigacion. Quinta Edición. México, pg.85

Vandenberghe, C. (1996) "Evaluación del compromiso organizacional en un contexto belga: evidencia para el modelo tridimensional", *Psicología aplicada, revista internacional*, 45, 371-386

Wilkins, A. y Ouchi, W. (1983). *Culturas eficientes: explorar la relación entre Cultura y desempeño organizacional*. *Ciencia administrativa trimestralmente*, 28, 468- 481. Xenikou,

VIII. Anexos

Anexo 01: Cuestionario

Tabla 10:

Cuestionario

N°	ítems	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	Actualmente trabajas en esta empresa más por gusto que por necesidad							
2	Sientes una fuerte emoción de pertenecer a esta empresa							
3	Esta empresa tiene un gran significado para mí							
4	Me siento como parte de una familia en esta empresa							
5	Realmente siento como si los problemas de esta empresa fueran mis propios problemas							
6	Disfruto hablando de mi empresa con personas que trabajan en otro lugar							
7	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo							
8	Seguirías trabajando en esta empresa, a pesar de que te ofrecerían un mejor sueldo en otra empresa							

9	Considerarías trabajar en otra empresa a pesar de todo el desempeño que has demostrado							
10	Uno de los principales motivos de seguir trabajando en esta empresa, es porque afuera, sería difícil encontrar otro trabajo igual							
11	Si me ofrecieran un trabajo mejor, sería duro para mí dejar esta empresa							
12	Si dejaría esta empresa, pensaría que tengo pocas opciones de conseguir un trabajo mejor							
13	Siento una obligación moral (deber) de pertenecer a esta empresa							
14	Tengo la voluntad de hacer el mayor esfuerzo, más allá de lo que me piden en esta empresa							
15	Me sentiría culpable si dejase ahora esta empresa considerando todo lo que me ha dado							
16	Te sientes comprometido con la gente de esta empresa							
17	La empresa donde trabajo merece mi lealtad							
18	Creo que le debo mucho a esta empresa							

Fuente: Meyer y Allen (1997). Adaptado a la realidad de la investigación

Anexo 02: Figuras



Figura 29. Logo de Restaurante



Figura 30. Personal



Figura 31. Instalaciones (1)



Figura 32. Instalaciones (2)