



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO

**VALORES HACIA EL TRABAJO Y COMPROMISO  
ORGANIZACIONAL EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA  
DEL RUBRO RETAIL**

PRESENTADA POR  
**DAVID GONZALO SOTO BARRIGA**

ASESOR  
**MIGUEL ÁNGEL JAIMES CAMPOS**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
PSICOLOGÍA DEL TRABAJO Y LAS ORGANIZACIONES

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**  
**SECCIÓN DE POSGRADO**

**VALORES HACIA EL TRABAJO Y COMPROMISO**  
**ORGANIZACIONAL EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA**  
**DEL RUBRO RETAIL**

**TESIS PARA OPTAR**  
**EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PSICOLOGÍA DEL TRABAJO Y**  
**LAS ORGANIZACIONES**

**PRESENTADO POR:**  
**DAVID GONZALO SOTO BARRIGA**

**ASESOR:**  
**Mag. MIGUEL ANGEL JAIMES CAMPOS**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

### **Dedicatoria**

A mis padres Erson y Rebeca (+), por darme la oportunidad de conocer sobre el amor y la importancia de la educación. A mi familia, Gina, Jimena y Agustín, por acompañarme siempre en cada reto y desafío de la vida, los amo.

## **Agradecimiento**

A Dios en quién confío, a todos los que contribuyeron en mi formación profesional, desde pregrado hasta postgrado, el conocimiento nunca debe parar y es ilimitado. A Miguel Ángel Jaimes Campos por su orientación y asesoramiento en la presente investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	14
1.1 Antecedentes de la Investigación	14
1.2 Bases teóricas	20
1.3 Definición de términos básicos	32
1.4 Planteamiento del problema	34
1.4.1 Descripción de la realidad problemática.	34
1.4.2 Formulación del problema.	38
1.5 Objetivos de la investigación	39
1.5.1 Objetivo general.	39
1.5.2 Objetivos específicos.	39

1.6 Hipótesis y variables de la investigación	40
1.6.1 Formulación de la Hipótesis.	40
1.6.2 Variables de estudio	41
CAPÍTULO II    MÉTODO	46
2.1 Diseño metodológico	46
2.2 Diseño muestral	47
2.3 Técnicas y procedimiento de recolección de datos	49
2.4 Procedimiento	57
2.5 Procesamiento y análisis de datos	57
2.6 Aspectos éticos	58
CAPÍTULO III    RESULTADOS	60
CAPÍTULO IV    DISCUSIÓN	69
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable 1: Valores hacia el trabajo	44
Tabla 2. Operacionalización de variable 2: Compromiso organizacional	45
Tabla 3. Ítems del cuestionario de Compromiso Organizacional que fueron modificados en su redacción por los expertos que hicieron la revisión	53
Tabla 4. Análisis de consistencia interna del cuestionario de Compromiso Organizacional	55
Tabla 5. Análisis de consistencia interna de los ítems del cuestionario de Compromiso Organizacional si los ítem se suprimen	56
Tabla 6. Prueba de normalidad de los datos obtenidos por cada variable de estudio	59
Tabla 7. Correlación entre las variables compromiso organizacional y valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail	61
Tabla 8. Correlación entre el compromiso afectivo y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail	61
Tabla 9. Correlación entre el compromiso normativo y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail	62
Tabla 10. Correlación entre el compromiso de continuidad y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail	62
Tabla 11. Correlación entre las dimensiones del compromiso afectivo y las dimensiones de los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail	63

Tabla 12. Nivel del compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa retail	65
Tabla 13. Nivel de valores hacia el trabajo en los trabajadores de una empresa retail	66
Tabla 14. Análisis del tiempo laborando en la empresa de los trabajadores de una empresa retail respecto a los valores hacia el trabajo	67
Tabla 15. Análisis de las diferencias en la variable Valores hacia e trabajo acorde al tiempo de labor a través de la prueba Kruskal-Wallis	67
Tabla 16. Análisis del tiempo laborando en la empresa de los trabajadores de una empresa retail respecto al compromiso organizacional	68
Tabla 17. Análisis de las diferencias en la variable Compromiso organizacional acorde al tiempo de labor a través de la prueba Kruskal-Wallis.....	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz	23
Figura 2. Porcentaje respecto a los niveles del compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa retail .....	65
Figura 3. Porcentaje respecto a los niveles de valores hacia el trabajo en los trabajadores de una empresa retail	66

## RESUMEN

Esta investigación buscó estudiar valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en los colaboradores de una compañía *retail* en la región Lima. La presente investigación ha sido enfocada cuantitativamente, de corte transversal, básica y de diseño no experimental correlacional y descriptivo. La investigación partió con una población determinada de 362 colaboradores de una compañía *retail* en Lima, el muestreo fue realizado probabilísticamente, obteniendo un total de 187 trabajadores, quienes participaron de la evaluación con dos instrumentos: la primera variable mediante el Cuestionario EVAT 30 adaptado por Villacris (2018); en cuanto a la segunda variable a través del Cuestionario de Compromiso Organizacional (CO), donde ambos cuestionarios estuvieron validados, utilizando el método de juicio de expertos y se estableció el nivel de consistencia interna adecuado. Los resultados indicaron que las variables de estudio se relacionaban de manera significativa; donde se obtuvo un .902 de coeficiente de correlación de Spearman. En esta línea, se concluyó que, según los hallazgos, se logra evidenciar una alta correlación positiva, la cual vincula valores hacia el trabajo y compromiso en las organizaciones en trabajadores pertenecientes a una empresa *retail* en donde se hizo el presente estudio.

**Palabras clave:** valores hacia el trabajo, compromiso organizacional, trabajadores, empresa *retail*.

## ABSTRACT

The current study analyzed the relationship of values towards work and organizational commitment in employees of a retail company in the city of Lima. The methodology included a quantitative approach, basic research type and non-experimental descriptive-correlational and cross-sectional design. Regarding the study population, they were 362 workers of a retail company in the city of Lima, whose sample was taken probabilistically, resulting in 187 workers who were evaluated with two questionnaires: the first variable through the EVAT 30 Questionnaire adapted by Villacris (2018); as for the second variable through the Organizational Commitment Questionnaire (OC), where both research instruments were validated through expert judgment and a good level of internal consistency. The results indicated that both variables were significantly related; the Spearman correlation coefficient obtained was .902. Thus, it was concluded that according to the results it is evident that there is a high positive correlation between values towards work and organizational commitment.

**Key words:** work values, organizational commitment, workers, retail company.

## INTRODUCCIÓN

Según Betanzos y Paz (2007) indicaron que, una vez comprendido y asimilado el concepto de compromiso organizacional por los colaboradores, conlleva a una estabilidad laboral o a generar un apego más fuerte o leal entre empleado y organización. Esta es la orientación de este trabajo; donde los conocimientos y experiencias derivadas sirvan de base para construir un clima organizacional más favorable y efectivo, propiciando valores positivos y manifestaciones que comprometan organizacionalmente, como el fortalecimiento de los equipos de trabajo, mayor involucramiento y participación de los mismos, incremento del desempeño laboral, la motivación y otros procesos. En este sentido, se resalta la importancia de señalar, tanto los valores hacia el trabajo como el compromiso organizacional son variables que, dentro del campo de la psicología organizacional, son predictores y potentes indicadores de la rotación del personal y de la puntualidad, tal como señala Barraza y Acosta (2008). Dado que se trata de una empresa del rubro *retail*, estos indicadores son esenciales para fortalecer las competencias de atención al público y prestación de servicios de calidad a los usuarios o clientes. De este modo, se pretende contribuir teórica y científicamente en el campo no solo de la psicología organizacional sino también de la comunicación y la administración, que se constituya una base para las decisiones empresariales objeto de análisis, constituyéndose como experiencia referencial para otras organizaciones de similares características. Este

conocimiento abarca aspectos de alto interés sobre los componentes afectivos, normativos y calculativos del compromiso organizacional.

Así, según los resultados de este estudio se respondió al siguiente cuestionamiento: ¿Qué relación existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*?, por ello, se estableció como objetivo general determinar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*. La importancia de la investigación se fundamenta en la temática de los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional, que se abordan en el desarrollo de este estudio, se encuentran determinados por variables e indicadores conductuales que son considerados en el proceso de recolección de información. Desde la perspectiva de la empresa, es relevante contar con trabajadores comprometidos, alineados a sus objetivos estratégicos y que compartan los valores de la organización, con una actitud de aceptación de las normas, reglas de trabajo y asimilación de la cultura. Bajo estas condiciones, la investigación se propuso determinar la relación entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

En general, la investigación está estructurada en cinco capítulos, incluyendo las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos pertinentes al estudio. Así, en el primer capítulo referente al marco conceptual y teórico se detallan los estudios previos a esta investigación ya sea nacional e internacionalmente y las teorías vinculantes al tema de planteado, así como el desarrollo y explicación de términos primarios y/o básicos. Además, en esta parte se establece el planteamiento del problema y en consecuencia se proponen las

preguntas de investigación, los objetivos a desarrollar y las hipótesis y variables de la investigación, destacando la operacionalización de estas variables. En el segundo capítulo se presenta el método utilizado en el presente estudio, la muestra y diseño a través del cual se determinó la muestra y población; así también, el procedimiento de obtención de datos y las técnicas utilizadas, la explicación de cómo se procesó y analizó la información y, sobre todo, las consideraciones éticas que se han tenido en cuenta. En el desarrollo del tercer capítulo, se explica los hallazgos de este estudio, desarrollando cada objetivo propuesto; y en el cuarto capítulo se desarrolla la respectiva discusión de estos resultados frente a otros referentes vinculados con la investigación. En la parte final, nos encontraremos con las conclusiones, recomendaciones y listado de referencias consultadas en todo el estudio.

## **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la Investigación**

Las investigaciones que anteceden al presente reporte, están comprendidas por estudios vinculados con las variables valores interpersonales u organizacionales y con la medición organizacional del compromiso en sus diferentes dimensiones. Primero se presentará los antecedentes internacionales y posteriormente se detallan investigaciones previas realizadas en Perú.

#### **1.1.1 Antecedentes a nivel internacional**

- El primer antecedente lo constituye la tesis presentada por Castro (2016) quien se propuso conocer cuánto influía los valores hacia el trabajo en el desempeño y la motivación por trabajar en colaboradores pertenecientes a pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Potosí-Bolivia, pues consideraba importante la trascendencia de los valores que presentan los trabajadores y dar pase a que las compañías comprendan el comportamiento de las personas. Para ello, fundamentó su estudio en un método correlacional y transversal, que incluyó el uso de cuestionarios para obtener los datos de una muestra de 100 trabajadores. Los hallazgos demostraron una fuerte y directa correlación para motivación, desempeño en el trabajo y valores, señalando cuán trascendente son los valores para el comportamiento de los individuos, tomando en cuenta que inciden en su motivación, actitud y percepción. Se destaca a su vez la

relevancia de las estrategias y acciones que debe emprender la empresa para fomentar valores y motivar al talento humano que forma parte de estas.

- Por su parte, en el 2016, Osorio, Ramos y Walteros buscaron comprobar una posible asociación para compromiso en la organización y valores propios, que presenten un conjunto de funcionarios de una entidad educativa superior en Bogotá-Colombia. Para un adecuado análisis, el diseño que usaron fue correlativo y descriptivo, participando 128 funcionarios. Fueron empleados el Cuestionario de compromiso en la organización (Meyer et al., 1993; citados por Osorio et al., 2016), y el de Retratos desarrollado por Schwartz. Por ello, los resultados demostraron que hay correlación entre compromiso en la organización y el modelo de valores planteado por Schwartz. El autor concluyó que los valores de las personas y su compromiso con la organización tienen correlación, en tanto que, la dimensión conservación laboral tenga puntajes notoriamente altos.
- Además, Manzano (2019) propuso definir el establecimiento adecuado de la asociación que se reconoce, vinculando el sentido de pertenencia y el compromiso en la organización que genera valor hacia la labor en el personal docente de una empresa educativa en la capital ecuatoriana de Quito. Su enfoque fue comparativo, el cual sirvió para describir los componentes afectivos, normativos y de continuidad inmersos en el Compromiso Organizacional, para ello se analizó estadísticamente la respuesta de 65 encuestados. En efecto, se demostró que el compromiso de continuidad en correlación con el sentido de pertenencia esta dado según  $r = .237$ ,  $p = .0170$ ,

por lo que, la relación es baja y directamente proporcional entre las variables. Se concluyó que, el compromiso implica la búsqueda constante de superación y excelencia en el campo laboral, por lo tanto, genera el sentido de valoración del personal.

- Asimismo, trascurrido el año 2017, los autores Marsollier y Expósito analizaron axiológicamente el perfil de servidores públicos relacionados con el compromiso a nivel organizacional de una entidad estatal en Mendoza-Argentina. Para ello, la investigación realizada fue correlacional y descriptiva, contando con 147 empleados cuya participación fue de manera intencional. Los datos se recolectaron utilizando instrumentos como el Utrecht Work Engagement Scale–UWES y el EVAT 30 para la medición de valores hacia el ámbito laboral. Como resultado, se logró demostrar que se evidencia relación entre las variables explicadas, resaltando el importante fortalecimiento intrínseco de los valores organizacionales en los empleados, a efectos de generar mayor compromiso institucional y trabajar en organizaciones saludables.
- Por su parte, Gómez (2016) buscó conocer cómo el compromiso laboral impactaba directamente en las ganancias económicas a nivel empresarial, en un grupo de trabajadores de tres empresas en Santiago-Chile. Para ello, basó su estudio de manera correlacional y descriptiva, aplicando los instrumentos en 135 empleados de la capital chilena, siendo estos de distintas empresas. Los datos fueron recolectados a través de 23 preguntas de afirmaciones positivas utilizando la escala Utrecht Work Engagement Scale–UWES. Los hallazgos a los que arribó este estudio, demostraron la existente relación entre las variables

aplicadas como compromiso arraigado a la organización (*engagement*) y los resultados financieros de las empresas, estableciendo un nivel de impacto alto entre el compromiso (mayor permanencia, menor rotación) y la generación de utilidades.

### 1.1.2 Antecedentes a nivel nacional

- Huallullo (2018) se propuso definir la incidencia de una buena gestión laboral y valoración del personal en el compromiso en la organización de determinado departamento de investigación. Este estudio fue bajo la perspectiva correlacional y descriptiva, con un diseño de corte no experimental correlacional. Correspondiente a los participantes, se reunió a 70 colaboradores de una unidad de investigación en Lima, solicitándosele el relleno de fichas técnicas respecto a la gestión del capital humano y compromiso en las organizaciones. Estos hallazgos alcanzados respecto a la prueba de contraste de la razón de verosimilitud, resulta significativo el diseño logístico ( $p < .05$ ) y en relación a la variable dependiente (compromiso organizacional) el 44.1% se ajusta a los datos. Se logró concluir, que la adecuada gestión del capital humano como valoración del trabajo sí incide en el compromiso organizacional.
- Por su parte, Pérez (2018) llevó a cabo una investigación, en la cual consideró dos variables como lo son el compromiso en las organizaciones y la satisfacción alcanzada laboralmente, esto respecto al personal asistencial del Hospital Nacional Dos de Mayo en Lima, se estableció como objetivo hallar una relación entre las variables antes mencionadas y el personal asistencial del

nosocomio público. Para tal fin, este estudio aplicó una metodología cuantitativa, de corte transversal, correlativo y de diseño no experimental, y abordó una participación de 179 trabajadores. Se evidenció a través de resultados que existía relación directa y alta ( $r = .846$ ;  $p < .01$ ) entre la satisfacción en el ámbito laboral y el compromiso en su organización, reflejado en los profesionales asistenciales del nosocomio estatal. La correlación reflejó, que a mayor compromiso en la organización es alto el nivel de satisfacción laboralmente hablando. Es posible afirmar que los factores que se asocian a la satisfacción en el campo del trabajo no sólo abarcan lo referido a las condiciones de trabajo, sino que también se relacionan con las percepciones, actitudes y conductas de los trabajadores.

- Otro antecedente relevante es el estudio de Espinoza y Moroco (2018), quienes se propusieron hallar una relación de los valores en una escala interpersonal y el compromiso en la organización, aplicándose en una empresa de régimen minero de la región Arequipa. Asimismo, para lograrlo se planteó una estrategia metodológica fundamentada en un estudio de tipo correlativo con corte transversal. De este modo, los autores determinaron la existencia correlacional positiva, aunque moderada sobre estas dos variables; así también, respecto a los trabajadores de la compañía y sus valores interpersonales como liderazgo, autonomía, soporte e independencia reflejan bajos niveles; por otro lado, los valores interpersonales de conformidad y benevolencia puntúan altos niveles. Adicionalmente, en el compromiso del campo laboral en los empleados involucrados predomina la dimensión vigor, la cual se muestra en niveles altos,

a diferencia de las dimensiones absorción y dedicación, las cuales muestran niveles poco aceptables (medios bajos).

- Por otro lado, Gutiérrez (2017) desarrolló un estudio para medir los valores organizacionales y su relación con el compromiso de los empleados a nivel asistencial de un centro de atención de salud de primer nivel. La aplicación y ejecución de este estudio fue mediante el método cuantitativo, descriptivo correlacional y transversal, que contempló el abordaje de empleados de tipo asistencial (42) de la entidad de salud. Sus hallazgos dan cuenta de que la dimensión “participación” resalta como el valor de mayor presencia en la población estudiada, con un 30.95 %, lo que significa que, para el talento humano de esta organización, la toma de decisión más adecuada se alcanza incentivando mayor participación; toda vez, que ello logra traducirse a su vez en un mayor compromiso para poner en práctica las acciones y estrategias trazadas. Por otra parte, la autora concluyó que la dimensión de continuidad del compromiso en el campo de las organizaciones es el más frecuente (37.50 %), lo que quiere que decir que los entrevistados perciben que deben permanecer en la organización. En términos generales, se logra evidenciar la existencia significativa de una relación que vincula los valores y el compromiso a nivel laboral instituido frente a la compañía y población analizada.
- Finalmente, se tiene el estudio de Cruz (2017) quien correlacionó el compromiso presente en las organizaciones con los valores propios en trabajadores de una compañía agroindustrial en la región de La Libertad. Realizó una investigación de tipo correlacional y descriptiva, contando con la

participación a manera de muestra con 202 empleados clasificados como operarios del centro de trabajo. Los resultados muestran respecto al compromiso con su organización, un nivel bajo en todos sus factores; concerniente a la dimensión de los valores propios, se percibe a un nivel poco aceptable los valores como tradición, poder, logro y hedonismo, y dimensiones como, seguridad, benevolencia, universalidad, autodirección y entusiasmo se encuentran a un nivel medio de presencia en la fuerza laboral.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Valores hacia el trabajo.**

Dada la caracterización cultural e histórica de las sociedades modernas, el trabajo ha sido considerado como un valor fundamental y central en la vida de los individuos, especialmente cuando se avanza hacia la madurez y se ha experimentado la amplitud de conocimientos, habilidades y aptitudes físicas y/o mentales en el tiempo. Ahora bien, los valores que los individuos tienen hacia el trabajo son producto, principalmente, de patrones culturales, formación familiar, experiencia personal y laboral, educación profesional e influencia de estereotipos promovidos desde los medios de comunicación e información tradicionales y de la era digital.

Desde la perspectiva de Arciniega y Gonzáles (2000), los valores hacia el trabajo comprenden propósitos generales que se aspiran y que actúan como principios guía para las decisiones y prácticas de las personas dentro del contexto laboral. Se trata, en esencia, de entender qué consideran más importante los individuos al momento de trabajar o en el desarrollo de su entorno laboral, qué

motiva verdaderamente sus actitudes, sus elecciones individuales, sus relaciones interpersonales y sus comportamientos en el trabajo.

Bajo las diferentes perspectivas de la vida esencialmente humana, los valores cumplen un rol mediador y regulador en los procesos de orden motivacional, pues traducen las ciertas carencias en objetivos, y, a su vez, en intenciones. Este es el mecanismo mediante el cual se construyen las acciones y realidades, pues la determinación de actuar deviene de una intención, en la que se expresan metas trazadas en función de los valores que motivan al sujeto y que orientan su modo particular de satisfacer sus necesidades. Según Locke (1991), los objetivos o metas, se logran apreciar como la utilización de nuestro sistema de valores en determinadas situaciones de la vida cotidiana; no obstante, logra afirmar respecto a un factor decisivo en el proceso de establecimiento de objetivos personales, es la autoeficiencia o percepción de las propias capacidades para realizar una tarea.

Dentro de una organización, la forma de pensar, actuar y comunicarse suele sustentarse en los valores de sus miembros, quienes también tienen la capacidad de incidir sobre el clima que se vive en el ambiente laboral, y sobre todo en la manera en que se construye la dinámica organizacional (Tamayo, 1999). En ese mismo orden, diversos procesos inherentes a la gestión del talento humano se ven influenciados por los valores hacia el trabajo, tales como el seleccionar y reclutar al personal, tal como lo sostuvieron Judge y Bretz (1992), el dirigir y planear el trabajo en base a equipos o el compromiso organizacional, entre otros. Por esta razón, resulta relevante estudiar los valores en el contexto organizacional, tal como se puede observar en diversos trabajos realizados en esta línea temática.

Una de las teorías destacadas que versan sobre el tema de los valores que extrapolamos las personas en el trabajo, es la Teoría de la Estructura Universal de los Valores Humanos propuesta en 1992 por Schwartz, que se trata del avance más certero sobre este tópico y en la cual propone la estructuración de los valores propios e interpersonales en un sistema, facilitando pues, la comprensión de cómo se relacionan estos con el comportamiento humano. Esta teoría asume como punto de partida un conjunto integrado de valores motivacionales que trascienden las culturas particulares, y “cada tipo de valor (general) es representado por varios valores combinados (motivacionales) para formar índices fiables de prioridades valorativas” (Cayón y Pérez, 2008, p. 408). Además, expone el modo en que se vinculan, coherente y sistemáticamente, priorizando la escala de valores con su interrelación con otras variables.

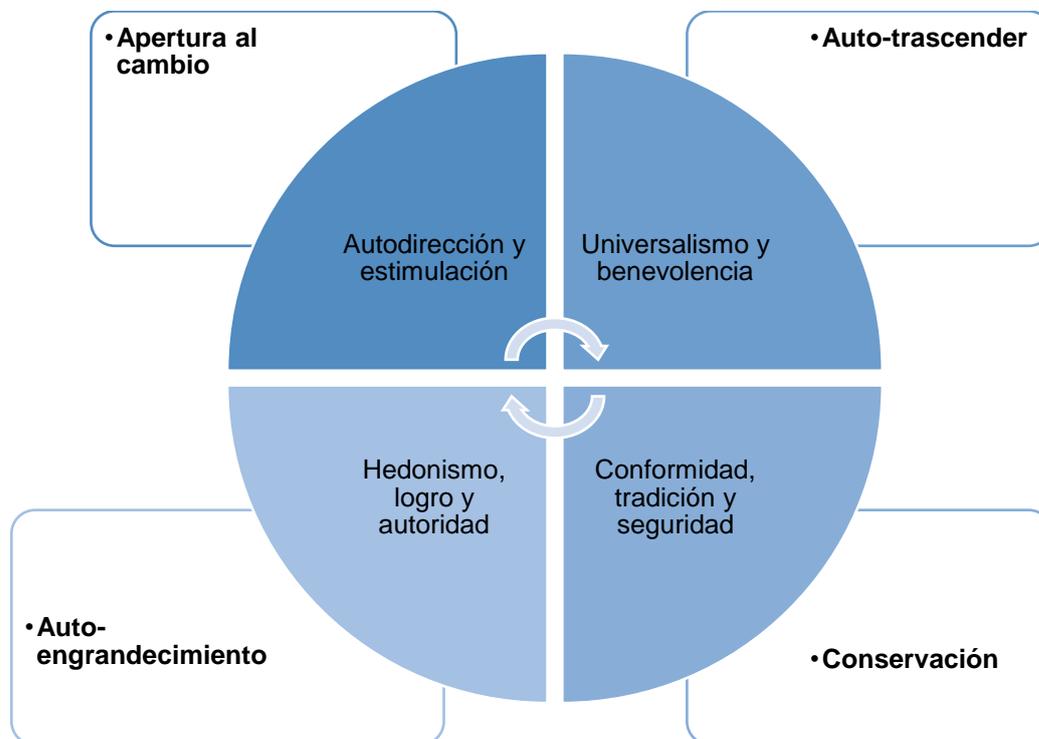
Otro de los planteamientos relevantes de esta teoría se refiere a que dicha estructura de valores también refleja relaciones de compatibilidad y conflicto entre estos, a partir de los elementos comunes identificados en todas las culturas estudiadas. También distingue algunos aspectos definitorios de los valores: son conceptos o creencias, son aplicables más allá de las situaciones específicas, se refieren a conductas deseables, orientan la conducta y están ordenados de acuerdo con la prioridad que tienen para individuos o grupos.

En sí, lo que puede llegar a expresar un valor es en suma una meta motivacional; como consecuencia y tomando en cuenta el objetivo o meta, se lograría alcanzar una estructura dinámica de explicación muy precisa al intentar desarrollar las tipologías que hasta la fecha existen. Schwartz (1992) propone una estructura que se define desde una perspectiva bidimensional, las cuales se subdividen en los siguientes factores (04): apertura al cambio, conservación,

autoengrandecimiento y autotranscendencia, los que se traducen en diez tipologías específicas, como se observa en la Figura 1:

**Figura 1**

*Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la Teoría Universal de Schwartz.*



Fuente: Tomado de Arciniega y González (2000).

La primera dimensión está comprendida por dos esquemas opuestos: Apertura al Cambio y Conservación. La autodirección y estimulación resultan ser valores representativos de la apertura al cambio, mientras conformidad, tradición y seguridad son valores de expresión del factor conservación; de manera que, dentro de un mismo factor, los valores son compatibles entre sí, mientras que establecen una relación de conflicto e incompatibilidad con los valores del factor opuesto. Si una persona tiende a defender la tradición y a inclinarse hacia lo seguro, por lo general, no será propensa o tan abierta al cambio, la autodirección y la estimulación y viceversa.

Ahora bien, en la segunda dimensión, la dicotomía se presenta en el factor autoengrandecimiento, opuesto a la autotrascendencia. Los valores de hedonismo, logro y poder son propios de una postura proclive a ayudar a las personas cercanas y, por tanto, tributa al autoengrandecimiento; mientras que, en el extremo opuesto privan la benevolencia y el universalismo, que expresan la tendencia a ayudar a la colectividad en general. A continuación, se describen las diez tipologías motivacionales que componen dicha estructura:

- Poder o Autoridad: poseer dominio y control sobre los demás, refleja status social y determina el grado de prestigio que se tenga.
- Logro: demostrar competencia, conseguir el ansiado éxito personal marcado por la regulación social.
- Hedonismo: grado de sensación y búsqueda del placer obtenido por nuestros propios medios.
- Motivación / Estimulación: planteamiento de retos en la vida, desafíos, búsqueda de la innovación constante.
- Auto dirección: se refiere a la toma decisiones, a la libertad para crear, de elegir su propio camino o rumbo.
- Universalismo: connota comprender, tolerar y proteger el bienestar de nuestros semejantes, así como del ambiente que nos rodea.
- Benevolencia: fomenta el actuar honestamente en favor del prójimo, acto que busca preservar y engrandecer el bien común de los seres que estamos en constante contacto.
- Tradición: adecuación y trasmisión de las conductas, ritos, hábitos e ideas aprendidas a través de nuestra cultura o expresión religiosa.

- Conformidad: modo de influenciar y restringir nuestra conducta, modo de accionar o presentar algunos impulsos, reflejando una postura positiva frente a la normas sociales y estandarizadas para nuestra convivencia
- Seguridad: se percibe como una ausencia de riesgo o peligro a la par que transmite equilibrio en nuestras relaciones interpersonales y con nosotros mismos.

Los diferentes estilos motivacionales anteriormente descritos buscan explicar con mayor precisión todos los sistemas de valores calificados en distintos escenarios culturales y la relación dinámica que guardan entre sí. Schwartz (1992) menciona que los valores no son universales sino estructurales.

### **1.2.2 Compromiso Organizacional.**

El compromiso que presenta un trabajador en una organización es un término complejo y difícil de delimitar, dado su carácter psicológico; no obstante, los estudios sobre el tema han identificado tres elementos constitutivos de esta categoría: apego afectivo a la organización, percepción del trabajador sobre las consecuencias al retirarse de la entidad y las causales que lo obligan a continuar en la misma (Claure y Böhr, 2004). En función de estas nociones se distinguen tres componentes esenciales del compromiso organizacional: por un lado, se tiene la identificación, como la aceptación y apropiación de las metas organizacionales; por otro, se encuentra la membresía, como sentirse parte de la empresa (pertenencia) y las ganas de trabajar por mucho tiempo en la compañía; y finalmente, se especifica la lealtad, como la voluntad de defender y respetar la organización.

El compromiso organizacional es un concepto más integral que la satisfacción y, por tanto, provee una comprensión más fidedigna de las motivaciones y del desempeño, así como de los aportes de los colaboradores a la organización que pertenece. La satisfacción se presenta, comúnmente, de forma diferenciada en relación con unos u otros componentes o sistemas organizacionales, cuando esta es generalizada es muy improbable que el trabajador siga perteneciendo a ella.

Conforme a lo planteado desde 1979, por Mowday, Steers y Porter a partir de un plano psicológico, el compromiso organizacional se percibe como la fuerte identificación e involucramiento con una compañía en particular, y suele estar integrado: por el esfuerzo a alto nivel en aras del desarrollo organizacional y por la permanencia a lo largo del tiempo en la empresa, así mismo, por la asimilación intrínseca de los valores y objetivos de la compañía. Para toda organización es vital alcanzar un significativo nivel de compromiso en la organización, pues en lo explicado, se sostiene creencias, actitudes y comportamientos del talento humano, su aceptación de las metas, su integración a la cultura organizacional, su bienestar, su desempeño y eficiencia, así como la recurrencia de variables como el ausentismo o la rotación de personal. Sin embargo, para el trabajador, individualmente considerado, también reviste de importancia el compromiso organizacional, pues ello determina su estado afectivo-emocional en torno a sus labores cotidianas, sus ganas de asistir al trabajo, su entusiasmo con lo que hace, su percepción de logro personal, entre otras variables.

El compromiso organizacional explicado desde la óptica de La Teoría de los Tres Componentes propuestos por Meyer y Allen (1991) comprende un constructo multidimensional, que se propone definir, caracterizar y clasificar al

compromiso organizacional, partiendo de la base de que se trata de un apego afectivo o lazo psicológico entre empleado y organización. Estos estudios reflejan que la gerencia de una empresa requiere saber los niveles de enganche y compromiso a nivel orgánico de sus colaboradores, pues de ello depende su comportamiento en el trabajo, en términos del ejercicio efectivo de sus funciones, de la calidad de su labor, de su dedicación y esmero, de su decisión de permanecer en la empresa, de su bienestar, entre otras condiciones.

Cruz (2017) señaló, al respecto, que un empleado que presente altos niveles de compromiso en la organización para la cual trabaja se mantiene vinculado a ella “sea cual sea la situación contractual de la empresa comportándose con mucho arraigo a la compañía, ello lo motiva por trazar y lograr metas transversales de la compañía y a cuidar los bienes tangibles de la empresa como si fueran suyos” (p. 39). Asistir motivado, ser puntual, no perder tiempo en la realización de las tareas cotidianas, son indicadores que dan cuenta del nivel de compromiso organizacional del talento humano y, en consecuencia, es posible formarse una idea y diseñar estrategias menos orientadas a obligar y sancionar, y más hacia motivar y nutrir la relación de la empresa y su trabajador, fortaleciendo el compromiso.

El principal aporte de esta teoría radica en su explicación tridimensional del compromiso en la esfera organizacional, que pueden presentarse simultáneamente, con variaciones en su intensidad: componente afectivo, componente de continuidad o calculativo y componente normativo.

a) Componente afectivo: Comprende la unión emocional que el colaborador construye con la compañía, derivados de su satisfacción y bienestar y del modo en que la organización llena sus expectativas personales y sus necesidades

psicológicas. El trabajador con un alto nivel de compromiso emocional no solo permanece en la empresa, sino que muestra y siente orgullo de mantener vínculo y pertenencia con ella, según Meyer y Allen (1991). Lo anteriormente descrito, puede derivarse de múltiples variables, como características personales, experiencias laborales, características propias del trabajo o características estructurales. Particularmente, las experiencias en el trabajo se consideran determinantes en el desarrollo de este tipo de compromiso en un trabajador; puesto que, si éstas han sido satisfactorias y se corresponden con sus expectativas y necesidades, existe mayor probabilidad de que el empleado alcance una vinculación afectiva y emocional con la organización. Un alto compromiso afectivo motiva al empleado a fomentar mejoras y el bien común en la empresa, la expresión de orgullo por trabajar allí (expresando a su círculo más cercano, el afecto que siente por pertenecer a ella), mostrar interés por los problemas que esta experimenta, ser solidario y cooperativo en las situaciones adversas y experimentar reciprocidad (Arciniega, 2002) y según lo explicado por Vega y Garrido (1998).

b) Componente de continuidad: También conocido como compromiso comportamental, conductual, instrumental o calculativo, se fundamenta en la expresión de apego del trabajador hacia la organización, debido al intercambio remunerativo y todos los beneficios que espera recibir de ella. Este componente se refleja en una relación de metas y objetivos entre el empleado y la organización, si el trabajador obtiene lo que espera se compromete con la organización a cumplir lo que esta aspira de él, identificándose con sus metas, normas y valores (Meyer y Allen, 1984). Por otra parte, se expone que el talento

humano que labora en una organización acumula significativas inversiones en ella, que no quiere perder; no obstante, si percibe que son muy altos los costos de permanecer en ella, este compromiso decrece. El compromiso instrumental puede expresarse en acuerdos orales o escritos entre las partes, como por ejemplo en el contrato de trabajo, en el que la empresa otorga al trabajador un conjunto de beneficios económicos y sociales (de acuerdo a las leyes del país y las políticas internas de la organización), y este, a su vez, se compromete a cumplir una serie de funciones, a exhibir un determinado comportamiento, a respetar las normas y mostrar iniciativa en función de las metas organizacionales (Anderson y Weitz, 1992).

Algunos autores perciben que la medición del compromiso de continuidad debe considerar esencialmente: una dimensión que muestre un elevado sacrificio de uno mismo (que comprende el precio de renunciar a la empresa) y otro factor de falta de oportunidades en el mercado (que refleja las pocas opciones para aplicar a un trabajo igual o mejor); desde cada uno de estos factores, se aprecian procesos divergentes (Meyer, Allen y Gellatly, 1990; McGee y Ford, 1987, citados en Betanzos y Paz, 2007).

c) Componente normativo: También conocido como compromiso moral, se comprende como la obligación moral y personal que asume el empleado respecto a la organización, bien sea por lo que ha recibido de ella, por sus valores personales y/o por una cuestión de identificación con su cultura y sus metas. Ahora bien, algunos autores concuerdan en que es posible distinguir dos vertientes de este tipo de compromiso: una definida por su conducta de lealtad, derivada de los beneficios que el trabajador ha recibido de la organización; y otra

vertiente, que hace alusión al desarrollo de un compromiso normativo fuertemente influenciado por las características personales del trabajador, sus creencias, valores y proceso de socialización, que hablan más de una conducta de responsabilidad. Las investigaciones sobre el tema sugieren que este sentimiento de obligación moral y deseo de reciprocidad se expresan en una relación de intercambio que conlleva al empleado a asumir actitudes positivas y comprometidas, así como conductas de esfuerzo y dedicación (Mowday et al., 1982; Rousseau, 1989; citados en Betanzos y Paz, 2007).

Ahora bien, en 1991 los investigadores Meyer y Allen, sostuvieron que, a través del desarrollo del compromiso en las organizaciones, también inciden en este, variables asociadas a las características personales del trabajador, que pueden llegar a ser determinantes en dicho proceso, tales como sexo, edad, antigüedad, grupo ocupacional, modalidad de contrato, entre otras. De los estudios sobre el tema se desprenden algunos datos que pueden considerarse al momento de la evaluación del nivel de compromiso organizacional en relación con este tipo de variables; por ejemplo, es común que las personas que tienen más tiempo en la organización muestren un mayor grado de compromiso con ella, debido a factores como proceso de crecimiento y desarrollo conjunto del empleado y la organización, oportunidades de formación y experiencia que se le han brindado o las inversiones del trabajador en la empresa. Aunque también debe percibirse la relación directa, pues a mayor nivel de compromiso, existe mayor probabilidad de que el trabajador permanezca en la organización.

La edad también actúa como variable determinante, pues, generalmente las personas de más edad asumen menos riesgos y se aferran a las opciones

más seguras, especialmente si ven con menor posibilidad el ser contratado en otra compañía, incrementándose el costo/beneficio de renunciar a la empresa. Si se suma a ello que las personas de mayor edad pueden haber alcanzado un nivel de formación y experiencia más elevado, escalar posiciones en la organización les reporta un mayor nivel de compromiso con esta.

En los estudios que consideran el sexo como variable, se ha determinado que las mujeres tienden a asumir un compromiso más alto con su trabajo y con la empresa en la que prestan servicios, por razones de vínculo afectivo (apego emocional), por sus experiencias relacionales, por el esfuerzo que han debido hacer para ocupar los puestos que ocupan, entre otras condiciones (Betanzos y Paz, 2007).

Ahora bien, en esta investigación, se consideran variables como el grupo ocupacional y la modalidad de contrato, ambos relacionados con el tipo de trabajo que desarrolla el empleado y la percepción de permanencia o seguridad. El grupo ocupacional hace referencia a la diferenciación de áreas de ocupación dentro de la empresa, las cuales se distinguen en área de servicios generales, de apoyo administrativo, técnicos, profesionales y directivos, cada uno de los cuales poseen condiciones de trabajo, remuneraciones, beneficios y especificaciones laborales diferentes. Respecto a la modalidad de contrato, esta comprende la diferenciación entre el personal que es contratado a tiempo indefinido (contrato a plazo indeterminado con todos los beneficios de acuerdo a ley); el contratado a plazo fijo o determinado (el cual según el objetivo o naturaleza del servicio se podrá renovar por común acuerdo hasta por un plazo no mayor de 05 años); el contratado a medio tiempo o más conocido como *part time* (cuyo trabajador no debe exceder 4 horas diarias de labor, recortando beneficios de los que gozan

otros trabajadores). Este factor se considera puede tener una influencia significativa en a todo nivel respecto al compromiso que asumen los colaboradores, pues las condiciones que priman en la relación son muy diferentes entre unos y otros.

### 1.3 Definición de términos básicos

**Compromiso organizacional:** resulta ser una categoría de análisis de la psicología organizacional, que alude esencialmente a un estado psicológico, conjunto de creencias e impresiones del trabajador, respecto a la organización en la que trabaja, que determinan su deseo, necesidad y/u obligación de permanecer en ella, alineándose a sus objetivos, valores y dinámicas, por razones afectivas, instrumentales y/o morales, según lo señalado por Meyer y Allen (1991).

**Compromiso afectivo:** referente al vínculo psicológico entre el trabajador y la organización; implica una filiación afectiva, identificarse e implicarse con la empresa; construyendo mediante la percepción de que la misma satisface sus necesidades psicológicas y sus expectativas, impulsándolo a conseguir los estándares de bienestar en la compañía y expresar un alto nivel de orgullo (emoción de pertenecer a ella) (Betanzos y Paz, 2007).

**Compromiso calculativo:** Comprende una relación instrumental del empleado con la organización; se asocia con los beneficios económicos y sociales que este percibe y espera percibir, así como sus inversiones en ella a lo largo del tiempo. Cuando una persona evalúa como altos los costos de abandonar la organización o contempla muy pocas oportunidades de encontrar otro empleo igual o mejor,

ello se traduce en un alto compromiso de continuidad, calculativo o conductual, como también se le conoce a esta categoría, según lo enmarcado por Meyer y Allen (1991).

**Compromiso normativo:** Se define como el nivel al cual el sujeto, trabajador, se siente obligado personal y moralmente de pertenecer a una empresa; comprende una conducta leal, así como de responsabilidad en relación con ella y al desempeño en su trabajo, tal vez por su valoración de los beneficios que ha recibido en términos de capacitación, remuneración, prestaciones, ventajas, lo que produce que el colaborador sienta estar en deuda con su empleador. (Betanzos y Paz, 2007).

**Valores:** Los valores comprenden lo que el individuo califica como deseable o no, correcto o no, significativo o no, en relación con cualquier situación, objeto o idea vinculada con la vida humana. Desde la perspectiva de Locke (1991), los valores consisten en ser insumos que permiten desarrollar nuestra motivación , pues logran convertir en objetivos y/o metas, lo que en un primer momento era una necesidad. No obstante, toda meta depende de la apreciación del sujeto sobre su capacidad para alcanzarla.

**Valores hacia el trabajo:** Según Arciniega y Gonzáles en el 2000, este constructo alude a intenciones generales o metas a las que aspiran las personas para satisfacer sus necesidades desde el plano psicológico; así como cualquier otra naturaleza, asociadas a su trabajo, que sirven como principio guía para sus actitudes y conductas en el entorno laboral.

## **1.4 Planteamiento del problema**

### **1.4.1 Descripción de la realidad problemática.**

Las organizaciones se encuentran inexorablemente determinadas por los conocimientos, creencias, actitudes y conductas de los seres humanos que las integran y, en ese sentido, sus valores y sentido de compromiso son aspectos que interesan a los estudiosos de la comunicación y la psicología organizacional. Para Tamayo (1999), los valores reflejan toda actitud que conlleva a un trabajador al alcance o cumplimiento de metas personales u organizacionales; en ese sentido, el clima laboral se ve influenciado y determinado por la forma y estrategias de cómo una empresa logra su mejor rendimiento.

Particularmente, tomando como punto de partida cualquier valor, este se refiere al peso simbólico y real que las personas le otorgan a determinados objetos o ideas relacionadas con su vida cotidiana, en su hogar, en la comunidad, en la institución educativa o en el ambiente de trabajo, y que inciden significativamente en las decisiones y acciones que emprenden a diario. Desde la perspectiva de Meyer y Allen (1991), a través de la historia y en unión con el desarrollo que han alcanzado las organizaciones en el siglo XXI, los valores son considerados componentes fundamentales de la cultura organizacional y poseen una influencia directa en cómo se gestiona y gerencia el capital humano (procesos), como por ejemplo el reclutamiento de personal, gestión del desempeño, estrategias de satisfacción laboral o para lograr un adecuado clima de trabajo. Específicamente, los valores hacia el trabajo comprenden “metas generales deseables que sirven como principio guía de suma importancia en el entorno laboral de las personas” (Grimaldo, 2008, p. 71). Esta categoría de

valores puede comprenderse desde tres principales orientaciones, en función del interés que cumplen: individualistas (autodirección, estimulación, hedonismo, logro y poder), colectivistas (benevolencia, conformidad y tradición) y mixtos (seguridad y universalismo) (Schwartz, 1992, citado en Grimaldo, 2008).

Ahora bien, la influencia de esta clase de valores en la vida organizacional y laboral tiene un extenso alcance; pero no queda clara su vinculación con todos los componentes organizacionales, pues se debería determinar, el nivel alcanzado respecto al compromiso que tiene el talento humano perteneciente a la compañía, esto en relación a la misión, visión, objetivos, metas, políticas, estrategias y acciones que definen la dinámica y proyección organizacional.

En ese sentido, la variable mencionada en el párrafo anterior, cuenta con múltiples estudios en el campo de la psicología del trabajo y organizaciones o también de los recursos humanos, debido al alto grado de determinación que ejerce sobre otras dimensiones. Arciniega (2002), por ejemplo, sostuvo que existían hallazgos en relación a las empresas, las cuales sus trabajadores poseían un compromiso de nivel alto, eran quienes registraban una relación directa con altos estándares de productividad, de mejor performance laboral y su ausentismo no alcanzaba cifras preocupantes. Pues, según lo antes mencionado, se logra comprender que, en toda organización, la variable compromiso tiene un alcance amplio, pero no se conoce con precisión su relación con todos los componentes organizacionales, ni en todos los posibles contextos.

En ese sentido, las empresas del rubro *retail* son organizaciones dedicadas al servicio intermediario entre productores y consumidores, se trata de organizaciones especializadas en comercializar de forma masiva bienes o servicios con características similares a significativas cantidades de

consumidores, forman parte del sector económico que tienen como objetivo que los productos o servicios lleguen al último eslabón de la cadena comercial (el cliente). En estas empresas, la calidad del servicio es determinante, pues de éste depende la eficiencia de otras organizaciones, la satisfacción oportuna de la demanda, e incluso posicionar un producto como alternativa de compra. Por ende, las organizaciones que prestan este tipo de servicios, resultan indispensable en ellas, fortalecer conocimientos y competencias que permitan gestionar satisfactoriamente los recursos para que el talento emerja y se consolide en función del cumplimiento de los objetivos organizacionales (Hernández, 2018).

En el contexto global, y particularmente en los países latinoamericanos, desde estudios psicológicos y culturales, ha sido planteada la inquietud respecto a los cambios que han venido experimentando los valores en las nuevas generaciones, las que se han formado a inicios del siglo que estamos viviendo, haciendo énfasis en cómo influyen dimensiones como por ejemplo: globalización económica y cultural, los medios y las redes sociales, las transformaciones a nivel familiar y educativo, así como las tendencias de las organizaciones actuales (Valbuena, Morillo y Salas, 2006).

Las organizaciones, grupos e individuos en el Perú no escapan a estas consideraciones contextuales y se ven sometidos además a dinámicas políticas, sociales, económicas y culturales propias de la vida nacional, que directa e indirectamente generan un impacto en la organización (en el ámbito cultural) y del modo que algunos colaboradores valoran aspectos del trabajo, como el poder, el logro, la seguridad, la tradición, la responsabilidad, entre otros. Derivado de ello, también incide en el grado de compromiso que estos asumen en relación con su cargo, responsabilidad y actividades laborales.

Las empresas que prestan el servicio de *retail* en Perú no sólo se mueven y desarrollan dentro del contexto antes descrito, sino que enfrentan condiciones normativas, económicas y culturales, que producen un efecto en su talento humano y en los procesos que dependen en buena medida de sus trabajadores, como la atención al público, las relaciones con proveedores y compradores, la gestión de los recursos financieros y humanos, entre muchas otras áreas de vital importancia para su supervivencia. En esa medida, los estudios de comunicación y psicología organizacional son pertinentes y deben enfocarse en variables que muestran un comportamiento cambiante y complejo, y que se perciben como determinantes en su dinámica interna y en su relación con el entorno.

Pues bien, en las evaluaciones de desempeño que a la fecha se ejecutan en las organizaciones, se toma en consideración factores que midan el grado de compromiso sobre la empresa y valores hacia al trabajo, ejes en el desarrollo de su capital humano, un trabajador comprometido, con valores que reflejen honestidad e integridad, facilitan el camino para un mejor productividad y resultados para las empresas.

Es por ello por lo que este estudio se enfocó en analizar los valores hacia el trabajo de quienes presten servicios en una compañía del sector *retail* y su incidencia en el nivel de compromiso organizacional que estos han evidenciado sobre el desempeño, sin perder la óptica, respecto a la manera en la que tal relación se traduce en condiciones específicas de un servicio de calidad y atención a los consumidores externos de la compañía y hasta en el beneficio de los compañeros de trabajo.

#### 1.4.2 Formulación del problema.

Sobre la base de la descripción anterior del problema de investigación, se formula la siguiente interrogante general:

¿Qué relación existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*?

Para responder a esta inquietud central, se desagregan algunas interrogantes específicas que orientan el desarrollo de este estudio, a saber:

1. ¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*?
2. ¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*?
3. ¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*?
4. ¿Cuál es la relación que existe entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo?
5. ¿Cuál es el nivel de la variable compromiso organizacional obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail*?
6. ¿Cuál es el nivel de la variable valores hacia el trabajo obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail*?

7. ¿Existen diferencias en la variable valores hacia el trabajo de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*?
8. ¿Existen diferencias en la variable compromiso organizacional de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*?

## **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1 Objetivo general.**

Identificar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

### **1.5.2 Objetivos específicos.**

- Identificar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.
- Identificar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.
- Identificar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.
- Identificar la relación que existe entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo.

- Identificar el nivel en la variable compromiso organizacional obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail*.
- Identificar el nivel en la variable valores hacia el trabajo obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail*.
- Comparar los datos de la variable valores hacia el trabajo de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*.
- Comparar los datos de la variable compromiso organizacional de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*.

## **1.6 Hipótesis y variables de la investigación**

### **1.6.1 Formulación de la Hipótesis.**

#### **Hipótesis General**

Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

#### **Hipótesis Específicas**

- Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.
- Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.
- Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

- Existe relación entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo.
- El nivel de la variable compromiso organizacional obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail* es alto.
- El nivel de la variable valores hacia el trabajo obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa *retail* es alto.
- Existen diferencias en la variable valores hacia el trabajo de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*.
- Existen diferencias en la variable compromiso organizacional de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*.

### **1.6.2 Variables de estudio**

#### **Valores hacia el trabajo.**

Definición operacional: Se procede a operacionalizar y medir la variable valores hacia el trabajo (EVAT) la cual considera la escala de Likert en sus dimensiones.

Dimensión 1: Apertura al Cambio.

Indicadores:

- Auto-dirección.
- Estimulación.

Dimensión 2: Conservación.

Indicadores:

- Conformidad.
- Tradición.
- Seguridad.

Dimensión 3: Auto-engrandecimiento.

Indicadores:

- Hedonismo.
- Logro.
- Poder.

Dimensión 4: Auto-trascender.

Indicadores:

- Universalismo.
- Benevolencia.

**Variable: Compromiso organizacional.**

Definición operacional: Se operacionaliza y mide la variable compromiso organizacional según la propuesta de las dimensiones del modelo de Meyer y Allen (1991).

Dimensión 1: Compromiso afectivo.

Indicadores:

- Orgullo de pertenencia.
- Sentido de felicidad.
- Sentimiento de importancia.
- Afecto por la organización.
- Significado de la organización.
- Vínculo emocional.
- Relación con la vida personal.

Dimensión 2: Compromiso normativo.

Indicadores:

- Lealtad con la organización.
- Sentido de obligación.
- Deseo de permanencia.

Dimensión 3: Compromiso de continuidad.

Indicadores:

- Capacitación y desarrollo.
- Seguridad laboral.
- Percepción de los beneficios económicos.
- Estabilidad.
- Percepción de inversión personal en la organización.
- Oportunidades de otros empleos.

**Tabla 1***Operacionalización de variable 1: Valores hacia el trabajo*

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
Valores hacia el trabajo	Dentro de una organización, la forma de pensar, actuar y comunicarse suele sustentarse en los valores de sus miembros, los que, a su vez, influyen en el clima laboral y en el modo en que se construye la dinámica organizacional (Tamayo, 1999). En ese mismo orden, diversos procesos inherentes a la gestión del talento humano se ven influenciados por los valores hacia el trabajo, tales como el reclutamiento y la selección (Judge y Bretz, 1992), la dirección y formación de equipos de trabajo o el compromiso organizacional, entre otros.	Se procede a operacionalizar y medir la variable valores hacia el trabajo (EVAT) la cual considera la escala de Likert en sus dimensiones.	Apertura al Cambio  Conservación  Auto-engrandecimiento  Auto-trascender	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto-dirección.</li> <li>• Estimulación.</li> <li>• Conformidad.</li> <li>• Tradición.</li> <li>• Seguridad.</li> <li>• Hedonismo.</li> <li>• Logro.</li> <li>• Poder.</li> <li>• Universalismo.</li> <li>• Benevolencia.</li> </ul>	Ordinal  5=se parece mucho a mí  4=se parece a mí  3=se parece algo a mí  2=se parece muy poco a mí  1=no se parece en nada a mí

Fuente: Autor de la tesis.

**Tabla 2***Operacionalización de variable 2: Compromiso organizacional*

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Compromiso organizacional	El compromiso de un trabajador con una organización es un término complejo y difícil de delimitar, dado su carácter psicológico; no obstante, los estudios sobre el tema han identificado tres elementos constitutivos de esta categoría, a saber: apego afectivo a la organización, percepción del trabajador sobre los costos asociados a dejar la organización y obligación de permanecer en la misma (Claure y Böhr, 2004).	Se operacionaliza y mide la variable compromiso organizacional según la propuesta de las dimensiones del modelo de Meyer y Allen (1991).	Compromiso afectivo          Compromiso normativo    Compromiso de continuidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orgullo de pertenencia.</li> <li>• Sentido de felicidad.</li> <li>• Sentimiento de importancia.</li> <li>• Afecto por la organización.</li> <li>• Significado de la organización.</li> <li>• Vínculo emocional.</li> <li>• Relación con la vida personal.</li> <li>• Lealtad con la organización.</li> <li>• Sentido de obligación.</li> <li>• Deseo de permanencia.</li> <li>• Capacitación y desarrollo.</li> <li>• Seguridad laboral.</li> <li>• Percepción de los beneficios económicos.</li> <li>• Estabilidad.</li> <li>• Percepción de inversión personal en la organización.</li> <li>• Oportunidades de otros empleos.</li> </ul>	Ordinal  Totalmente de acuerdo (TDA)=5  De acuerdo (DA)=4  Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NDA/NED)=3  En desacuerdo (ED)=2  Totalmente en desacuerdo (TED)=1

Fuente: Autor de la tesis.

## CAPÍTULO II MÉTODO

### 2.1 Diseño metodológico

Este estudio cuyo propósito fue determinar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa del rubro *retail*, la cual se desarrolló bajo una estrategia metodológica cuantitativa y un estudio correlacional, así como un diseño de campo, de corte transversal y no experimental. El enfoque cuantitativo investigativo encuentra sustento en lo definido por Briones (1996) como aquel que “utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia” (p. 17); de manera que, su aplicación al desarrollo de este estudio comprende procesos y estrategias analizadas estadísticamente y de medición bajo el sistema numérico para conocer el objeto central (foco de este estudio), que se pretende explicar, establecer regularidades, confirmar tanto teorías como hipótesis.

Se trata de un estudio correlacional, tomando en consideración que busca conocer la correlación existente entre: valores hacia el trabajo y compromiso laboral; sabiendo que un diseño correlacional es aquel que se enfoca en la medición del grado de relación que existe entre dos o más variables, se estudia cada una de ellas y, luego, se analiza la relación, según lo sugerido por Hernández, Fernández y Baptista en el 2014.

A efectos de llevarlo a cabo, el desarrollo de este estudio se planteó realizarse bajo la aplicación en el campo, pues para la recolección de información

se recurre a las fuentes primarias, esto es, a los mismos trabajadores que integran una empresa del rubro *retail*, que proporcionan los datos relativos a sus valores hacia el trabajo y el nivel de su compromiso respecto a la organización a la que pertenecen. También se trató de un diseño transversal que implicó la recolección de información en un momento determinado, lo que se conoce como “un corte en el tiempo”. Adicionalmente, el diseño es no experimental; puesto que, en el ambiente natural de los sujetos se realiza la observación de cualquier hecho o fenómeno, esto sin control, ni tampoco manipulación intencional de alguna de las variables, esto ha sido determinado en el 2014, por Hernández et al.

## **2.2 Diseño muestral**

### **Población**

Definición formulada por Valderrama (2015), quién señala que es el grupo de personas u objetos con determinadas características o atributos comunes, lo cuales pueden ser observados, medidos y analizados, a efectos de lograr los objetivos trazados en un estudio. En la presente exploración, la población fue conformada por el total de los colaboradores (registrados en planilla) de una compañía del sector *retail*, de todos los grupos ocupacionales, modalidades de contrato y sexo, que en total sumaron 362 empleados, distribuidos en 7 tiendas que integran la organización.

### **Muestra**

Esta es definida como un segmento que forma parte de la población, una parte representativa, extraída a través de un determinado procedimiento de selección (Briones, 1996). Para el caso de esta investigación, se aplicó la fórmula

estándar de cálculo de la muestra para poblaciones finitas, que se detalla a continuación:

$$n = \frac{4 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + 4 \cdot p \cdot q}$$

Nivel de confianza	$Z^2=$	4
Población	$N=$	362
Probabilidad de éxito	$p=$	0,5
Probabilidad de fracaso	$q=$	0,5
Error	$e=$	0,05

Reemplazando los datos, se obtiene el siguiente resultados:

$$n = \frac{4(0.5)(0.5)(362)}{((0.05)^2(362-1))+4(0.5)(0.5)} = 187 \text{ colaboradores.}$$

## Muestreo

El tipo de muestreo que se empleó para la selección de los participantes de la población que formaron parte de la muestra fue el muestreo probabilístico simple, que consistió en, previa enumeración de los trabajadores en la base muestral, elegir las unidades de la muestra mediante la aplicación de un software generador de números aleatorios, que permitió que todos los miembros de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (Hernández, et al., 2014).

### 2.3 Técnicas y procedimiento de recolección de datos

Este proceso comprende las actividades y tareas correspondiente al diseño, planificación y ejecución de los instrumentos y planes para obtener la información que suministra la muestra seleccionada, que se constituye en fuente primaria para esta investigación. Para la realización de esta actividad de investigación, se aplicó dos instrumentos a la muestra final seleccionada, diseñados en función de las variables, dimensiones e indicadores expuestos en el abordaje conceptual y teórico de los temas centrales de la investigación, específicamente los valores hacia el trabajo y compromiso laboral

Para la medición de los Valores hacia el Trabajo se utilizó la adaptación del cuestionario EVAT 30 de Villacris (2018), instrumento sustentado en la Teoría de la Estructura Universal de los Valores Humanos propuesta por Schwartz (1992), que comprende 16 enunciados que integran una escala de valores hacia el trabajo, enfocada en los 10 tipos de valores que se definen dentro de dicho enfoque teórico, a saber: benevolencia y universalismo (que forman parte de la dimensión “autotrascendencia”), autodirección y estimulación o entusiasmo (que integran una dimensión denominada “Apertura al cambio”), hedonismo, logro y poder (inherentes a la dimensión “Autoengrandecimiento”) y, finalmente, seguridad, conformidad y tradición (relativos a la dimensión “Conservación”). Una vez aplicado el instrumento, en general es posible clasificar la variable, valores hacia el trabajo, de acuerdo con el siguiente baremo: percentiles 5-45 bajo, percentiles 50-70 promedio, percentiles 75-99 alto, cuya interpretación puede apreciarse en el anexo B. La escala empleada es tipo Likert y presenta las siguientes alternativas: 5=se parece mucho a mí, 4=se parece a mí, 3=se parece algo a mí, 2=se parece muy poco a mí y 1=no se parece en nada a mí.

Originalmente, el instrumento comprendía 30 ítems, tres ítems por cada tipo de valor, no obstante, el mismo fue adaptado por Arciniega y González (2000), resultando una escala con 16 sentencias que se distribuyen de la siguiente manera: cuatro (4) que evalúan la dimensión “Apertura al Cambio”, cuatro (4) diseñados para el análisis de la dimensión “Conservación”, cuatro (4) que permite indagar acerca de la dimensión “Auto- engrandecimiento” y cuatro (4) orientados a la medición de la dimensión “Auto trascender”.

Este cuestionario ha sido adaptado y validado en trabajadores de una empresa *contact center* de Perú por Villacris (2018), mediante la aplicación de tres métodos: inicialmente, se desarrolla un análisis descriptivo de los ítems, que contempló coeficientes de medida como la media, desviación estándar, coeficientes de asimetría y curtosis diseñados por Fisher, el índice de homogeneidad corregida o índice de discriminación; así como el de comunalidad, cuyos resultados indicaron que los 16 ítems que conforman el instrumento, permiten realizar la medición de valores hacia el trabajo como variable. Posteriormente, se procedió al análisis de la validez de contenido por criterio de jueces mediante V de Aiken. Esto se llevó a cabo mediante un análisis multidimensional, estimando criterios de claridad, pertinencia y relevancia en 8 expertos o jueces. Luego, para la validez de constructo, se aplica un análisis factorial exploratorio, a través de la medida de Kaiser-Meyer Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Barlett, mientras que para el análisis factorial confirmatorio se empleó el software estadístico *Analysis of Moment Structures* versión 24 (AMOS v24), y tras probar once modelos se obtiene una representación parsimoniosa de 4 ítems por cada factor, todos los índices de ajuste estimados presenta un valor aceptable y superior a los límites que

consideren un buen ajuste ( $\chi^2=170.791$ ;  $gl=98$ ;  $CFI=0.924$ ;  $GFI=0.923$ ;  $AGFI=0.893$  Y  $SRMR=0.062$ ). Resultados que permitieron afirmar que todos los ítems del instrumento cumplen con este tipo de validez, al obtener cada uno de ellos un coeficiente de V de Aiken  $V > .80$ .

Finalmente, para el cálculo de la confiabilidad se utilizó el alfa de Cronbach, coeficiente omega y Guttman. El coeficiente de omega reporta un valor ( $\omega = .811$ ) y para considerarlo aceptable debe encontrarse entre .70 y .90 (Oviedo y Campo, 2005; citados en Villacris, 2018), por lo que se evalúa con un valor aceptable. El coeficiente de alfa de Cronbach muestra el valor ( $\alpha = .774$ ) y el coeficiente de Guttman reporta ( $\lambda = .825$ ), evaluándose ambos como aceptables.

Ahora bien, para el análisis del compromiso organizacional se utilizó el Cuestionario de Compromiso Organizacional (CO) diseñado por Meyer y Allen en 1997, adaptado y validado en versión español por Luis Arciniega y Luis Gonzáles (2012). La escala que comprende este instrumento, está dirigida a identificar el nivel de compromiso organizacional en cada una de sus dimensiones: Compromiso Afectivo, Compromiso Calculativo y Compromiso Normativo, y está integrada por 18 ítems que se distribuyen para cada una de estas tipologías: los ítems 6, 9, 12, 14, 15 y 18 miden el primero, los ítems 1, 3, 4, 5, 16 y 17 permiten evaluar la segunda dimensión mencionada, mientras que los ítems 2, 7, 8, 10, 11 y 13 se corresponden con la última dimensión. Cada ítem se puntúa de acuerdo a los valores que contempla la Escala de Likert: Totalmente de acuerdo (TDA)=5, De acuerdo (DA)=4, Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NDA/NED)=3, En desacuerdo (ED)=2, Totalmente en desacuerdo (TED)=1.

Una vez aplicado el instrumento, el compromiso organizacional en general se calcula mediante la sumatoria de los 18 ítems, cuyo resultado oscila entre 18 y 90 puntos, permitiendo clasificar la variable de acuerdo con el siguiente baremo: 18 al 41: compromiso bajo; 42 al 65: compromiso medio y 67 al 90: compromiso alto. Por otra parte, para conocer el nivel de compromiso para cada tipo (afectivo, de continuidad o normativo), deben sumarse las puntuaciones correspondientes a los ítems diseñados para medir cada uno de ellos, y luego ubicar el resultado en la siguiente escala: 6 al 13 compromiso bajo, 14 al 22 compromiso medio y 23 al 30 compromiso alto.

En lo que respecta a la validez de este cuestionario, Meyer y Allen (1997) aplicaron un análisis factorial confirmatorio que los condujo a obtener índices de validez entre .410 y .749 en cuanto a la medición del compromiso afectivo, entre .459 y .700 para el compromiso de continuidad, y entre .580 a .735 en relación con el compromiso normativo, con un nivel de significación de  $p < .05$ , que las califica como significativas.

En cuanto a la validación de este cuestionario en Perú, se cuenta con dos estudios en los cuáles se analizó la validez de constructo y la validez de contenido respectivamente: por un lado, se tiene el estudio de Figueroa (2016) en Trujillo, quien aplicó el cuestionario a trabajadores públicos de la Región La Libertad, mediante la aplicación del Método de los Ítems – Test, que arrojaron índices de correlación entre .268 y .628, evidenciado la validez de todos los ítems del cuestionario; por otro lado, Argomedo (2013) llevó a cabo el estudio de la validez de contenido, mediante el juicio de expertos (criterio de jueces) con experiencia en el área de psicología organizacional, a partir de cuyas evaluaciones se calculó

una prueba binomial, encontrando una alta significancia ( $p < .01$ ) para todas las escalas del cuestionario, llegando a la conclusión de que éste es válido.

En cuanto a los niveles de confiabilidad del instrumento, Meyer y Allen (1997) lo calcularon mediante el método de consistencia interna, obteniendo los siguientes valores para el coeficiente Alfa de Cronbach: un valor de .850 en el compromiso afectivo, .830 para el compromiso de continuidad y .770 para el compromiso normativo. En Perú, Argomedo (2013) calculó la confiabilidad del cuestionario CO, utilizando el método de consistencia interna, obteniendo un coeficiente Alfa de Cronbach de .822, evidenciando que el cuestionario posee un alto nivel de confiabilidad; mientras que Figueroa (2016) obtuvo los siguientes resultados del Alfa de Cronbach: Cuestionario general (.806), Afectivo (.748), Continuidad (.746) y Normativo (.704).

Para la presente investigación, se realizó una revisión de contenido del cuestionario de Compromiso organizacional realizado por tres expertos, quienes sugirieron mejorar la redacción de los ítems para el entendimiento de colaboradores de empresa *retail*, tal como se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Ítems del cuestionario de Compromiso Organizacional que fueron modificados en su redacción por los expertos que hicieron la revisión*

<b>N° ítem</b>	<b>Ítem original</b>	<b>Experto quien propuso la modificación</b>	<b>Ítem modificado y que integró el cuestionario definitivo</b>
8	Sería muy difícil para mí dejar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.	Evelyn Suárez Casas	Sería muy difícil para mí renunciar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.
10	Siento que tengo muy pocas opciones si considerara dejar esta organización	Evelyn Suárez Casas	Siento que tengo muy pocas opciones laborales si considerara renunciar esta organización
12	Una de las consecuencias negativas de dejar esta	Evelyn Suárez Casas	

	organización sería la escasez de otras alternativas disponibles	Joel Rivera Ambrosio		Una de las causas de dejar esta organización es la falta de otras oportunidades laborales interesantes y disponibles
10	Siento que tengo muy pocas opciones si considerara dejar esta organización	Joel Rivera Ambrosio		Siento que tengo muy pocas opciones laborales si considerara dejar esta organización
14	Incluso si recibiera beneficios yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto	Javier Santamaría	Ruiz	Incluso si recibiera incentivos adicionales, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto
15	Me sentiría culpable si dejo mi organización ahora	Javier Santamaría	Ruiz	Me sentiría culpable si renuncio a mi organización ahora
1	Me sentiría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización	Javier Santamaría	Ruiz	Sentiría bastante satisfacción de desarrollar toda mi carrera en esta organización
3	No tengo un fuerte sentido de pertenencia con esta organización	Javier Santamaría	Ruiz	No me siento parte de esta organización donde laboro
5	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo	Javier Santamaría	Ruiz	Me sentiría muy satisfecho(a) de pasar el resto de mi vida laboral en la empresa donde estoy actualmente
6	Creo que le debo mucho a esta empresa	Lilia Lucy Cornejo	Campos	Me siento en deuda con todo lo que me ha dado esta empresa
7	Por ahora permanecer en esta organización refleja tanto necesidad como deseo	Lilia Lucy Cornejo	Campos	Por ahora permanezco en esta organización debido a las necesidades que tengo y porque también es mi deseo
13	Uno de los motivos principales por lo que sigo trabajando en mi empresa, es porque fuera, me resultaría difícil conseguir un trabajo como el que tengo.			Uno de los motivos principales por lo que sigo trabajando en mi empresa es porque me siento a gusto con lo que hago y cubre mis expectativas
14	La empresa donde trabajo merece mi lealtad			Siento lealtad por la empresa donde trabajo

Fuente: Autor de la tesis.

Se procedió a realizar una prueba piloto, con 60 trabajadores de otra empresa *retail* diferente a la que se estudió en esta investigación. El motivo fue que en la adaptación del Cuestionario de Compromiso Organizacional hecha por Figueroa (2016) había sido hecha en trabajadores del sector público; por lo tanto, se vio conveniente realizar una prueba piloto previa para corroborar que los ítems del cuestionario sean de fácil entendimiento por trabajadores de una empresa *retail*.

**Tabla 4**

*Análisis de consistencia interna del cuestionario de Compromiso Organizacional*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,700	18

Fuente: Autor de la tesis.

**Tabla 5**

*Análisis de consistencia interna de los ítems del cuestionario de Compromiso Organizacional si los ítem se suprimen*

Ítems	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1	,350	,701
2	,340	,702
3	,184	,787
4	,325	,703
5	,325	,700
6	,320	,708
7	,128	,788
8	,551	,705
9	,260	,705
10	,182	,791
11	,385	,703
12	,385	,704
13	,389	,715
14	,307	,704
15	,120	,798
16	,505	,712
17	,124	,789
18	,305	,702

Fuente: Autor de la tesis.

En la Tabla 4 se observa que el índice alfa del cuestionario de Valores hacia el trabajo es de .700, el cual es considerado como adecuado. En la Tabla 5 se observa que el puntaje promedio de los ítems presenta una relación moderada con el puntaje total, y dichos ítems presentan un adecuado nivel de consistencia. Asimismo, sugirió retirar los ítems 3, 7, 10 y 17 del cuestionario, con fin de que mejore el nivel de consistencia interna; sin embargo, considerando el nivel alto de consistencia hallado por la adaptación de Trujillo (2016), se procedió a mejorar la redacción de dichos ítems redactándolos de manera positiva.

## 2.4 Procedimiento

- Se gestionó el permiso correspondiente ante al jefe de la oficina de gestión del talento humano, a efectos de ejecutar el estudio y aplicar los instrumentos que ello implica.
- Se revisó el cuestionario y la escala utilizados, en el caso del Cuestionario de Compromiso Organizacional, se realizó una revisión por expertos y ejecutó una prueba piloto a efectos de revisar la consistencia interna del mencionado cuestionario.
- Contando con los instrumentos adaptados y validados, se procedió a trasladar toda la información a un cuestionario virtual (por medidas de bioseguridad), en el cual se tuvo como punto de partida, el consentimiento informado por cada participante.
- Se procedió a la aplicación y posterior recolección de datos, respecto a los dos cuestionarios aplicados en la muestra determinada.

## 2.5 Procesamiento y análisis de datos

Los datos se recabados mediante la aplicación de las encuestas fueron sometidos a un proceso de sistematización, tabulación y representación gráfica, utilizando el procesamiento estadístico del programa *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 25) y Microsoft Excel 2019, a través del cual se obtienen tablas de frecuencia, tablas de contingencia, matriz de correlación y coeficientes de correlación que permiten dar respuesta a los objetivos e hipótesis formulados.

El análisis estadístico es el proceso mediante el cual se estudian en detalle los resultados obtenidos y procesados, para dar cuenta del comportamiento de las variables, a través de cada uno de los indicadores medidos. En esta investigación,

tanto para la medición de los Valores Hacia el Trabajo como del Compromiso Organizacional, se construyeron figuras que permitieron realizar el análisis desde los criterios de la estadística descriptiva, observando el comportamiento de las variables a través de las respuestas dadas por los empleados de las tiendas que integran la empresa del rubro *retail*, objeto de análisis.

Posteriormente, para el análisis correlacional, en primer lugar, se establecerán las condiciones de normalidad de las puntuaciones obtenidas en ambos cuestionarios, mediante la aplicación de la prueba estadística Kolmogorov-Smirnov, cuyos resultados permitieron definir la pertinencia de la prueba paramétrica del coeficiente de correlación de Spearman para el estudio de la relación entre los valores hacia el trabajo y el nivel de compromiso organizacional.

## **2.6 Aspectos éticos**

La amplitud y ejecución de este estudio se guio por los principios rectores de la ética y responsabilidad; así como respetando a la autoría y propiedad intelectual de los autores y estudios consultados, por lo que en todo el trabajo se cumplieron estrictamente las normas para citar y referenciar indicadas por la universidad. También se tomó en consideración, el derecho de los trabajadores que participaron como encuestados, resguardando los datos relativos a su identidad y otorgando un tratamiento exhaustivo y riguroso a los datos proporcionados por estos, adicionalmente, se contempla la solicitud de consentimiento de la organización y de los trabajadores para la aplicación de las encuestas. Otro aspecto ético tiene que ver con el uso de los datos obtenidos única y exclusivamente para fines investigativos, atendiendo a los criterios de confidencialidad y resguardando también la identidad de la organización

analizada. Por último, se emplearon instrumentos adaptados a la población considerada.

## CAPÍTULO III RESULTADOS

En el presente capítulo, se procede a describir los resultados del presente estudio, en base a las hipótesis de investigación planteadas.

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad de los datos obtenidos por cada variable de estudio*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	GI	Sig.
Valores hacia el trabajo	,175	187	,000
Dime01	,197	187	,000
Dime02	,143	187	,000
Dime03	,286	187	,000
Compromiso organizacional	,138	187	,000
Compromiso afectivo	,177	187	,000
Compromiso de continuidad	,124	187	,000
Compromiso normativo	,203	187	,000

*Nota:* a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: autor de la tesis.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 6, se observa que para la muestra del presente estudio de 187 trabajadores de una empresa *retail* en la provincia de Lima, siendo esta mayor que 60, se utilizó el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. El nivel de significancia para las variables y sus dimensiones es menor a .05 ( $p = .00 < .05$ ); por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que los datos obtenidos pertenecen a una distribución no normal, por eso, se empleó la prueba no paramétrica de RHO de Spearman. Además, se aplicó la prueba no paramétrica K de Kruskal-Wallis para establecer si existen diferencias entre las variables acorde al tiempo en que vienen laborando en la empresa *retail* donde se realizó el estudio.

**Tabla 7**

*Correlación entre las variables compromiso organizacional y valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail*

			<b>Compromiso organizacional</b>	
Rho de Spearman	Valores hacia el trabajo	Coeficiente de correlación		.902**
		Sig. (bilateral)		.000
		N		187

*Nota: \*\*.* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 7 es posible evidenciar que, con la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, su valor de significancia señala que  $p=0,000 < 0.05$ , llevando a rechazar la hipótesis nula y colegir que existe correlación altamente significativa ( $RHO = .902$ ) entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

**Tabla 8**

*Correlación entre el compromiso afectivo y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail*

			<b>Compromiso afectivo</b>	
Rho de Spearman	Valores hacia el trabajo	Coeficiente de correlación		.690**
		Sig. (bilateral)		.000
		N		187

*Nota: \*\*.* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 8 se puede observar que, con la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo un valor de significancia  $p=0,000 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la existencia de una relación directa y significativa ( $RHO = .690$ ) entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

**Tabla 9**

*Correlación entre el compromiso normativo y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail*

				<b>Compromiso normativo</b>
Rho de Spearman	de	Valores hacia el trabajo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.863**
			N	.000
				187

*Nota:* \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 9 se puede observar que, con la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo un valor de significancia  $p=0,000 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe relación directa y altamente significativa ( $RHO = .863$ ) entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

**Tabla 10**

*Correlación entre el compromiso de continuidad y los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail*

				<b>Compromiso de continuidad</b>
Rho de Spearman	de	Valores hacia el trabajo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.835**
			N	.000
				187

*Nota:* \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 10 se puede observar que, con la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo un valor de significancia  $p=0,000 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se deduce la existencia de una relación directa y altamente significativa entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

**Tabla 11**

*Correlación entre las dimensiones del compromiso organizacional y las dimensiones de los valores hacia el trabajo en trabajadores de una empresa del rubro retail*

			<b>Apertura al cambio</b>	<b>Conservación</b>	<b>Auto- engrandecimiento</b>	<b>Auto- trascendencia</b>
Rho de Spearman	Compromiso afectivo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0.685** 0.000 187	0.431** 0.000 187	0.725** 0.000 187	0.618** 0.000 187
	Compromiso de continuidad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0.776** 0.000 187	0.635** 0.000 187	0.798** 0.000 187	0.882** 0.000 187
	Compromiso normativo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0.805** 0.000 187	0.715** 0.000 187	0.789** 0.000 187	0.781** 0.000 187

*Nota:* \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 11 es posible evidenciar que, con la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo en el cruce de las dimensiones un valor de significancia  $p=0,000 < 0.05$ ; rechazando la hipótesis nula y concluyendo que las dimensiones de Valores hacia el Trabajo se relacionan con las dimensiones de Compromiso Organizacional. La dimensión Compromiso Afectivo se relaciona de manera directa y significativa con las dimensiones de Valores hacia el Trabajo de Conservación, Apertura al Cambio, Auto-engrandecimiento y Auto-trascendencia.

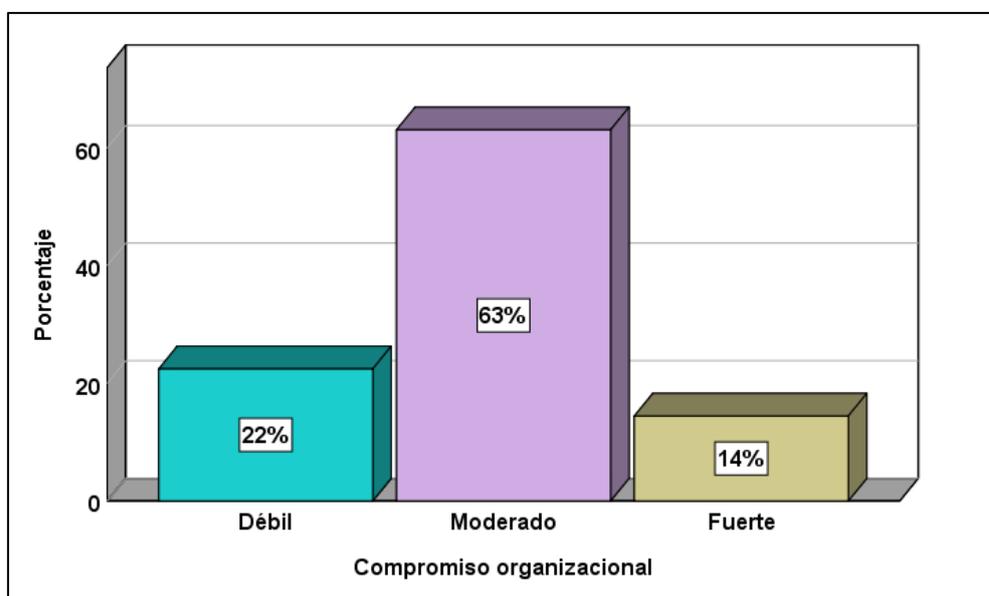
Compromiso de continuidad guarda relación directa y significativa con Conservación, y guarda relación directa y altamente significativa con Apertura al Cambio, Auto-engrandecimiento y Auto-trascendencia.

Compromiso normativo guarda relación directa y significativa con Conservación, y guarda relación directa y altamente significativa con Apertura al Cambio, Auto-engrandecimiento y Auto-trascendencia en trabajadores de una empresa del rubro *retail*.

**Tabla 12***Nivel del compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa retail*

	Frecuencia	Porcentaje
Débil	42	22.5
Moderado	118	63.1
Fuerte	27	14.4
Total	187	100.0

Fuente: Autor de la tesis.

**Figura 2***Porcentaje respecto a los niveles del compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa retail*

Fuente: Autor de la tesis.

En la Tabla 12 y Figura 2, se observa que, en un nivel débil en Compromiso Organizacional se ubica el 22.5 % (42 trabajadores); en un nivel moderado, 63.1 % (118 trabajadores); y en un nivel fuerte, 14.4 % (27 trabajadores).

**Tabla 13**

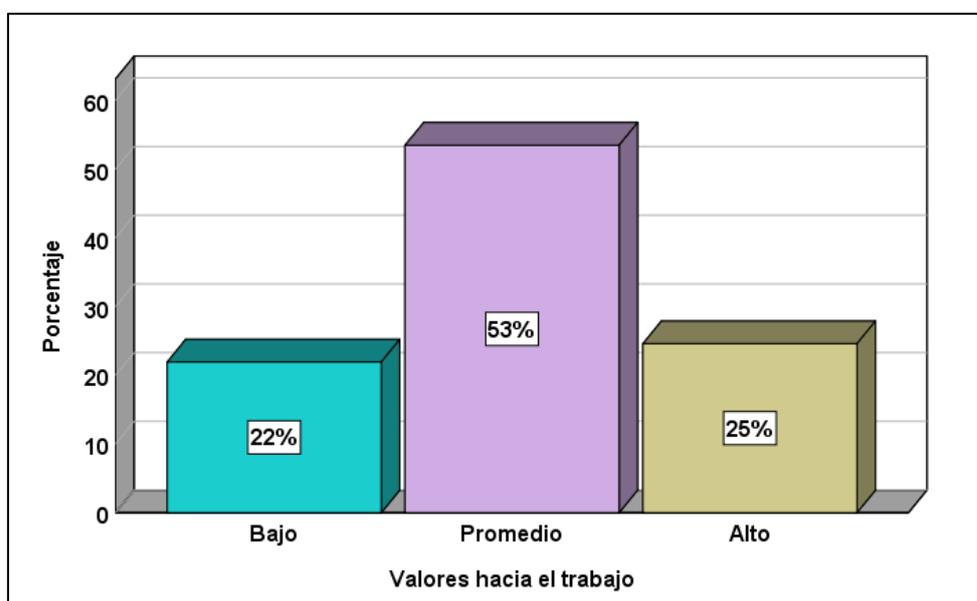
*Nivel de valores hacia el trabajo en los trabajadores de una empresa retail*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	41	21.9
Promedio	100	53.5
Alto	46	24.6
Total	187	100.0

Fuente: Autor de la tesis.

**Figura 3**

*Porcentaje respecto a los niveles de valores hacia el trabajo en los trabajadores de una empresa retail*



Fuente: Autor de la tesis.

En la Tabla 13 y Figura 3, de acuerdo con los valores hacia el trabajo en los trabajadores de una empresa *retail*, se observó que en un nivel bajo se encuentra el 21.9 % (41 trabajadores); en un nivel promedio, 53.5 % (100 trabajadores); y en un nivel fuerte, 24.6 % (46 trabajadores).

**Tabla 14**

*Análisis de la variable Valores hacia el trabajo en función al tiempo que los encuestados vienen laborando en la empresa retail*

		¿Qué tiempo lleva laborando en la empresa?	N	Rango promedio
Valores hacia el trabajo		3 meses	59	96.31
		6 meses	34	98.46
		Más de un año	94	90.94
		Total	187	

Fuente: Autor de la tesis.

**Tabla 15**

*Análisis de las diferencias en la variable Valores hacia e trabajo acorde al tiempo de labor a través de la prueba Kruskal-Wallis*

		Valores hacia el trabajo
H de Kruskal-Wallis		.639
Gf		2
Sig. Asintótica		.726

*Nota:* a. Prueba de Kruskal Wallis; b. Variable de agrupación: ¿Qué tiempo lleva laborando en la empresa?

Fuente: autor de la tesis.

En la Tabla 15 se muestran los resultados comparativos de la variable Valores hacia el trabajo en base al tiempo que vienen laborando los trabajadores de una empresa *retail*. Así, el valor de significación estadística p valor igual a .726 es mayor a  $\alpha = 0.05$  (p valor >  $\alpha$ ); lo que implica aceptar la hipótesis nula y afirmar que no existe diferencia significativa de los puntajes de la variable Valores hacia el trabajo en base al tiempo de labor.

**Tabla 16**

*Análisis de la variable Compromiso organizacional en función al tiempo laborando en la empresa de los trabajadores de una empresa retail*

	¿Qué tiempo lleva laborando en la empresa?	N	Rango promedio
Compromiso organizacional	3 meses	59	93.22
	6 meses	34	103.26
	Más de un año	94	91.14
	Total	187	

Fuente: Autor de la tesis.

**Tabla 17**

*Análisis de las diferencias en la variable Compromiso organizacional acorde al tiempo de labor a través de la prueba Kruskal-Wallis*

Compromiso organizacional	
H de Kruskal-Wallis	1.273
gl	2
Sig. asintótica	.529

Nota: a. Prueba de Kruskal Wallis; b. Variable de agrupación: ¿Qué tiempo lleva laborando en la empresa?

Fuente: Autor de la tesis.

En la Tabla 17 se muestran los resultados comparativos de la variable Compromiso organizacional en base al tiempo que vienen laborando los trabajadores de una empresa *retail*. Así, el valor de significación estadística p valor igual a .529 es mayor a  $\alpha = 0.05$  (p valor >  $\alpha$ ); lo que implica aceptar la hipótesis nula y afirmar que no existe diferencia significativa de los puntajes de la variable Compromiso organizacional en base al tiempo de labor.

## CAPÍTULO IV DISCUSIÓN

En concordancia con lo planteado como objetivo central o general de la investigación, se concluyó la existencia correlativa presente en los valores hacia el trabajo y el compromiso en la organización respecto a los colaboradores de una compañía del sector *retail*, cuyo coeficiente de correlación fue .902, el cual corresponde con una correlación positiva muy significativa. Este hallazgo coincide con la investigación realizada por Castro (2016) quien demostró que los hallazgos expresaron la existente relación positiva y fuerte establecida por los valores hacia el trabajo, el factor motivacional y el desempeño laboral. Además, se corrobora con Osorio et al. (2016) quienes también demostraron que existía una relación que vincula las variables estudiadas; es decir, el compromiso en la organización y los valores propios o personales. Entonces, es posible señalar la importancia de los valores en el comportamiento, considerando las percepciones, actitudes y motivaciones que tienen las personas. Así, los trabajadores del rubro *retail* muestran valores positivos en el trabajo que va en concordancia con las investigaciones realizadas por los autores nombrados, esto debido a que dentro del ámbito laboral los miembros del personal se esfuerzan por alcanzar sus metas y realizaciones personales, por ello, se genera un desempeño laboral óptimo, pues cada persona demuestra sus capacidades y que están en constante desarrollo, logrando un beneficio grupal.

De acuerdo con el primer objetivo específico, se determinó que existe correlación significativa y positiva entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*, por su parte, Pérez (2018) en su investigación corroboró

que existe una relación de forma directa y alta ( $r = .846$ ). De esta manera, el componente afectivo es moderado entre los otros factores que están asociados con los valores que se generan hacia el trabajo; ya sea, según las condiciones de trabajo, el componente actitudinal y el comportamiento de los trabajadores. Además, dentro de la misma organización y sobre lo que conforma el ambiente cultural, los trabajadores han demostrado que manejan excelentes habilidades blandas, por ello, el clima organizacional y la distribución de puestos no han afectado su calidad laboral, al contrario, han desarrollado valores afectivos con los compañeros y, en consecuencia, han concretizado relaciones positivas y favorables para su desempeño dentro de la empresa.

Según objetivo específico planteado en segundo lugar, se entrevistó la existente correlación presente en los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en los trabajadores de una empresa del rubro *retail*, en el estudio de Espinoza y Moroco (2018) valores como liderazgo, independencia, soporte y reconocimiento que son considerados interpersonales, reflejan puntajes bajos; mientras que tópicos referidos a conformidad y benevolencia, se pueden encontrar en un nivel superior (alto). Por eso, se puede indicar que el componente normativo tiene injerencia entre los trabajadores del *retail*. Esto porque como se ha corroborado los valores hacia el trabajo es primordial en conjunto con el componente normativo; puesto que, los trabajadores deben seguir y cumplir un reglamento interno que norma y guía las acciones dentro de la empresa. En constancia, valores como el soporte y/o liderazgo se imponen para regular los estados anímicos de los trabajadores, así como la benevolencia y/o conformidad dentro de sus puestos de trabajos.

En concordancia, el objetivo específico tercero, se halló existente relación vinculante de los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en los colaboradores de una compañía del sector *retail*. En este aspecto, el estudio desarrollado por Manzano (2019) expresó que el componente compromiso de continuidad presentó un nivel bajo en la relación y directamente proporcional, contradiciendo los resultados de la presente investigación. Por ello, este componente está implícito en los trabajadores; debido a que, constantemente ellos buscan la superación laboral y la excelencia en sus trabajos. Esta diferenciación se debe a que los contextos laborales son distintos, esto implica que las normas y regulaciones en el trabajo funcionan de manera diferente en cada ámbito, por ello, si bien se determina la correlación presente en los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad en la empresa *retail* de estudio, en el trabajo comparado no se halló esta relación, al contrario, fue baja. Por ende, se comprueba que los ámbitos de trabajo funcionan de manera distinta, por eso, los resultados distintos en los trabajadores.

De acuerdo con el cuarto objetivo específico, hubo relación significativa entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo, y estas relaciones son positivas y significativas. En este contexto, el estudio de Cruz (2017) indicó que, en base a las dimensiones explicadas del compromiso en las organizaciones, estas presentan un nivel bajo en esta variable; respecto a la dimensión de valores propios, se presentan en un nivel de aceptación bajo valores como tradición, poder, hedonismo y logro, y otros tipos de valores como conformidad, seguridad,

entusiasmo, autodirección, universalidad y benevolencia, presentan un nivel predominantemente medio.

Como quinto objetivo específico, presentamos el nivel en la variable compromiso organizacional obtenido en un conjunto de colaboradores de una organización del rubro *retail*, expresándose en un nivel débil (22.5 %); en un nivel moderado (63.1 %) y en un nivel fuerte (14.4 %). Esto coincide con el estudio de Huallullo (2018) quien obtuvo que el 44.1 % del compromiso organizacional se ajusta a los datos establecidos. Por ende, se puede indicar que el nivel moderado sobresale entre los trabajadores, debido a que la valoración del trabajo incide en el compromiso organizacional.

Además, según el sexto objetivo específico se conoció que el nivel en la variable valores hacia el trabajo obtenido en un conjunto de colaboradores de una organización del rubro *retail*, es aquí donde se expresó en un nivel bajo (21.9 %); en un nivel promedio (53.5 %) y en un nivel fuerte (24.6 %). En concordancia con lo investigado por Gutiérrez (2017) los valores se expresan en un 30.95 %, lo que significa que para el talento humano de esta organización es importante alcanzar un mejor nivel de colaboración al momento de tomar decisiones estratégicas. A razón de ello, los colaboradores que presentan un nivel promedio se identifican con la empresa *retail* y, en general, existe compromiso con la empresa.

Al respecto, de acuerdo con el séptimo y octavo objetivo específico se corrobora que los niveles de las variables valores hacia el trabajo y compromiso organizacional no se diferencian por el tiempo de labor que tengan dentro de la compañía las personas encuestadas. Si no, que estas personas expresan que tanto los valores como el compromiso hacia la empresa se genera por la convicción de laborar dentro de esta de manera ardua y constante, por ello, el

tiempo no es un factor determinante, puesto que desde el primer día de capacitación se genera una identificación con la empresa del rubro *retail*.

Desde la perspectiva de la empresa, es relevante contar con trabajadores comprometidos, alineados a sus objetivos estratégicos y que compartan los valores de la organización, con una actitud de aceptación de las normas, reglas de trabajo y asimilación de la cultura. Así, bajo estas condiciones, la investigación se propuso conocer la correlación de los valores hacia el trabajo y el compromiso en la organización en colaboradores de una empresa *retail*.

De este modo se pretendió generar un conocimiento en el campo de las comunicaciones y la psicología organizacional, que se constituya en una base para las decisiones estratégicas en la organización analizada, constituyéndose en una experiencia referencial para otras organizaciones de similares características. Este conocimiento abarca aspectos de alto interés sobre los componentes afectivos, normativos y calculativos del compromiso organizacional.

Según Betanzos y Paz (2007) una vez comprendido y asimilado el concepto de compromiso organizacional por los colaboradores, conlleva a una estabilidad laboral o a generar un apego más fuerte o leal entre empleado y organización. Esta es la orientación práctica de este trabajo; que los conocimientos y experiencias derivadas sirvan de base para construir un clima organizacional más favorable y efectivo para todos, propiciando valores positivos y manifestaciones que reflejen muestras de compromiso en la organización, la participación, desempeño laboral, motivación y otros procesos.

En esta misma línea explicativa, los valores hacia el trabajo como el compromiso organizacional son variables que, dentro del campo de la psicología organizacional son predictores y potentes indicadores de la rotación del personal

y de la puntualidad, tal como señala Barraza y Acosta (2008). Dado que, se trata de una empresa del rubro *retail*, estos indicadores son esenciales para fortalecer las competencias de atención al público y mejorar los servicios ofertados a sus clientes.

Como principal limitación que tuvo este estudio se circunscribió al abordaje de variables de naturaleza comportamental, pues se orienta a determinar aspectos como los componentes afectivos que definen el grado de compromiso en el sentido organizacional, de los sujetos contratados por la empresa objeto de análisis; en esa medida, se recopiló información confiable, la cual dependió de diversos factores como la calidad del instrumento, la disposición de los trabajadores a expresar sus valores y actitudes, y las competencias de investigación inherentes a este proceso. En este mismo orden de ideas, la medición de los valores hacia el trabajo representó aspectos que poseen esta misma esencia, y por tanto, su estudio comprende también las mismas limitaciones antes expresadas.

Bajo la línea mencionada en el párrafo anterior, no se encontraron suficientes y confiables investigaciones sobre los valores hacia el trabajo, justamente por el hecho de que el tema requiere una investigación más profunda, que permita captar la complejidad de los fenómenos humanos. Finalmente, dado que la investigación se centró en el estudio de una empresa en particular, es preciso implementar medidas que permitan, que el acceso a toda clase de comunicación sea efectivo y oportuno, para la consecución de los objetivos transversales en la organización, pues, resulta posible, de que la organización muestre cierta resistencia al suministro de información que comprometa su imagen o el conocimiento de sus dinámicas internas.

## CONCLUSIONES

### **Primera:**

Se concluyó en una existente relación, involucrando a los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*, mostrando un .902 que corresponde a una correlación positiva muy alta.

### **Segunda:**

La relación existente entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail* fue de .690, que corresponde con una correlación positiva y significativa.

### **Tercera:**

Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail* siendo esta de .863, que refleja con una correlación altamente significativa y positiva.

### **Cuarta:**

Que, existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro *retail*, siendo esta relación de .835, el cual corresponde a un indicador altamente significativo y positivo.

**Quinta:**

Se arribó a la conclusión de la existencia de una significativa y positiva relación entre cada una de las dimensiones que miden el compromiso en la organización con cada una de los factores de valores hacia al trabajo en una empresa *retail*, debido a que como se obtuvo en todas las dimensiones, el p valor expresado fue  $p < 0.05$ .

**Sexta:**

El nivel que destaca en la variable compromiso organizacional obtenido por un conjunto de colaboradores de una compañía *retail* corresponde con un nivel moderado expresado en 63.1 %.

**Séptima:**

Se concluyó que el nivel que destaca en la variable valores hacia el trabajo obtenido por un conjunto de colaboradores de una compañía *retail* corresponde con un nivel promedio expresado en 53.5 %.

**Octava:**

Se concluyó que no existen diferencias en la variable valores hacia el trabajo de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*, pues en la comparación se tiene que  $p \text{ valor} > 0.000$ , lo que implica aceptar la hipótesis nula; en consecuencia, se logra afirmar la no existencia de diferencia significativa.

**Novena:**

Se logró concluir, la no existencia de diferencias en la variable compromiso organizacional en relación al tiempo de servicio en trabajadores de una empresa *retail*, pues en la comparación se tiene que  $p \text{ valor} > 0.000$ , lo que implica aceptar la hipótesis nula y se afirma que no existen diferencias significativas respecto al tiempo de labor de los participantes.

## RECOMENDACIONES

### **Primera:**

Se recomienda trabajar de la mano con los reclutadores del área de selección, a fin de consolidar una gestión óptima y eficiente, donde se genera un compromiso organizacional desde el reclutamiento, así el desempeño y el compromiso con la empresa será prioridad y se verá reflejado el trabajo.

### **Segunda:**

Se sugiere comparar cada aspecto que involucre el compromiso organizacional, es decir, aquellos que se encuentran vinculados con cada componente dirigidos a la estimulación y fomentación de valores; ya que, estos componentes apoyan y desarrollan una adecuada atmósfera laboral, así como, el compromiso a nivel de organización. Asimismo, según investigaciones posteriores, se recomienda analizar la causalidad y predictibilidad de las variables estudiadas.

### **Tercera:**

También se recomienda consolidar y trabajar más investigaciones ligadas al área organizacional vinculada con los trabajos psicológicos, desde la gestión hasta la selección, pues como se ha evidenciado, con un compromiso organizacional alto, los trabajadores generarán mejores respuestas y, en

consecuencia, podrán aportar en el trabajo, desarrollando componentes afectivos y de compromiso con la empresa.

#### **Cuarta**

Se recomienda considerar en el plan anual de capacitación de empresas del rubro *retail*, ejes temáticos respecto a los valores que deben poseer los trabajadores que conforman cada organización y estrategias de fortalecimiento sobre compromiso organizacional, esto conllevará a que estas variables estudiadas estén alineadas a los objetivos transversales y/o estratégicos de la empresa.

## REFERENCIAS

- Anderson, E., & Weitz, B. (1992). The use of pledges to build and sustain commitment in distribution channel. *Journal of Marketing Research*, 29(1), 18-32. <https://doi.org/10.2307/3172490>
- Arciniega, L. (2002). Compromiso Organizacional en México: ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta? *Revista de Negocios del ITAM*, 2(1), 21-23. [https://www.academia.edu/328551/Compromiso\\_Organizacional\\_Em\\_M%C3%A9xico\\_Qu%C3%A9\\_Es\\_Lo\\_Que\\_Hace\\_Que\\_La\\_Gente\\_Se\\_Ponga\\_La\\_Camiseta](https://www.academia.edu/328551/Compromiso_Organizacional_Em_M%C3%A9xico_Qu%C3%A9_Es_Lo_Que_Hace_Que_La_Gente_Se_Ponga_La_Camiseta)
- Arciniega, L., & González, L. (2012). Explorando los flancos de la lealtad: análisis de la estructura y significación de la dimensión normativa del compromiso organizacional. *Revista de Psicología Social*, 27(3), 273-285. <https://gredos.usal.es/handle/10366/126821>
- Arciniega, L., & González, L. (2000). Desarrollo y validación de la escala de valores hacia el trabajo EVAT 30. *Revista de Psicología Social*, 15(3), 281-296. [https://www.luisarciniega.org/uploads/1/9/2/9/1929011/paper\\_rps\\_2000\\_arciniega\\_y\\_gonzlez.pdf](https://www.luisarciniega.org/uploads/1/9/2/9/1929011/paper_rps_2000_arciniega_y_gonzlez.pdf)
- Argomedo, J. (2013). *Satisfacción y compromiso laboral en personal civil de una institución militar de Lima Metropolitana* (tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Barraza, A., & Acosta, M. (2008). Compromiso organizacional de los docentes de una institución de educación media superior. *Innovación Educativa*, 8(45), 20-35. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179420818003>

- Betanzos, N., & Paz, F. (2007). Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal. *Anales de Psicología*, 23(2), 207-215. <https://www.redalyc.org/pdf/167/16723205.pdf>
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: ICFES.
- Castro, P. (2016). *El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de PYMES potosinas* (tesis de maestría). Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis, Bolivia. <https://ninive.uaslp.mx/xmlui/handle/i/4070>
- Cayón, A., & Pérez, E. (2008). Estructura de Valores de Schwartz en el personal directivo universitario privado. *Telos*, 10(3), 403-417. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318197004.pdf>
- Claure, M., & Böhr, M. R. (2004). Tres dimensiones del compromiso organizacional: identificación, membresía y lealtad. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSA*, 2(1), 1-7. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v2n1/v2n1a8.pdf>
- Cruz, J. (2017). *Compromiso organizacional y valores personales en colaboradores de una empresa agroindustrial del distrito de Santiago de Cao* (tesis de licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/3437>
- Espinoza, E., & Moroco, E. E. (2018). *Valores interpersonales y su relación con el compromiso organizacional en la Empresa Minera Paraiso SAC, Arequipa – 2018* (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8329>

- Figuroa De La Peña, C. (2016). *Propiedades psicométricas del Cuestionario de Compromiso Organizacional en trabajadores públicos de la región La Libertad* (tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/263>
- Gómez, T. (2016). *Medición del compromiso laboral y su impacto en los resultados de la empresa* (tesis de maestría). Universidad de Chile, Santiago, Chile.  
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/139537/Medici%C3%B3n%20del%20compromiso%20laboral%20y%20su.pdf?sequence=1>
- Grimaldo, M. (2008). Valores hacia el trabajo en un grupo de policías de tránsito de Lima metropolitana. *Liber*, 14(4), 71-80.  
[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272008000100009&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1729-48272008000100009&script=sci_abstract)
- Gutiérrez, R. (2017). *Valores organizacionales y compromiso organizacional en los trabajadores asistenciales del Centro de Salud de Morales 2017* (tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30500>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, X. (2018). *Los retos de las empresas del sector logístico. Interempresas*. <https://www.interempresas.net/Logistica/Articulos/213416-Los-retos-de-las-empresas-del-sector-logistico.html>
- Huallullo, J. (2018). *Gestión del talento humano en el compromiso organizacional del personal de la Unidad de Investigación Tutelar Lima-2017* (tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23143/Huallullo\\_AJC.pdf?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23143/Huallullo_AJC.pdf?sequence=1)

- Judge, T., & Bretz, R. (1992). Effects of work values on job choice decision. *Journal of Applied Psychology, 77*(3), 261-271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.77.3.261>
- Locke, E. (1991). The motivation sequence, the motivation hub, and the motivation core. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 288-299. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90023-M)
- Manzano, A. (2019). Compromiso organizacional y sentido de pertenencia en docentes: un estudio en una institución educativa pública y privada de Quito-Ecuador. *Res Non Verba, 9*(2), 1-17. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v9i2.220>
- Marsollier, R., & Expósito, C. (2017). Los valores y el compromiso laboral en el empleo público. *Revista Empresa y Humanismo, 20*(2), 29-50. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/69529?show=full>
- McGee, G., & Ford, R. (1987). Two (or more?) dimensions of organizational commitment: Reexamination of the affective and continuance commitment scales. *Journal of Applied Psychology, 72*(4), 638-641. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.72.4.638>
- Meyer, J., & Allen, N. (1984). Testing the “side-best theory” of organization commitment: some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology, 69*, 372-378.
- Meyer, J., & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resources Management Review, 1*(1), 61-89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Meyer, J., & Allen, N. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research and application*. New York: Sage publications.

- Meyer, J., Allen, N., & Gellatly, I. (1990). Affective and continuance commitment to the organization: Evaluation of measures and analysis of concurrent and time-lagged relations. *Journal of Applied Psychology*, 75(6), 710–720. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.75.6.710>
- Mowday, R., Steers, R., & Porter, L. (1979). The measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1)
- Osorio, L., Ramos, E., & Walteros, D. (2016). Valores personales y compromiso organizacional: Más que una simple relación. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.*, 7(2), 33-51. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5925173>
- Oviedo, H., & Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Pérez, M. (2018). *Compromiso organizacional y satisfacción laboral del personal asistencial del Hospital Nacional Dos de Mayo Lima, 2018* (tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15301>
- Rousseau, D. (1989). Psychological and implied contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2(2), 121-139. <https://doi.org/10.1007/BF01384942>
- Schwartz, S. (1992). Universals in the content and structure of values. Theoretical advance and empirical test in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Tamayo, A. (1999). *Valores e Clima Organizacional. Escola, saúde e trabalho: estudos psicológicos*. Editora Universidade de Brasília.

- Valbuena, M., Morillo, R., & Salas, D. (2006). Sistema de valores en las organizaciones. *Omnia*, 12(3), 60-78.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73712303>
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Editorial San Marcos.
- Vega, M., & Garrido, E. (1998). *Psicología de las organizaciones*. Salamanca, España: Amarú Ediciones.
- Villacris Juan de Dios, N. (2018). *Adaptación de la escala de valores hacia el trabajo (evat) en colaboradores de un contact center. Lima, 2018* (tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23771>

# ANEXOS

## Anexo A: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
<b>Título:</b> VALORES HACIA EL TRABAJO Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL RUBRO <i>RETAIL</i>								
<b>Autor:</b> DAVID GONZALO SOTO BARRIGA								
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p><b>Problema General:</b> ¿Qué relación existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b> ¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail?</p> <p>Conocer la relación que existe entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo.</p> <p>Conocer el nivel en la variable compromiso organizacional obtenido por un grupo de</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Establecer la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p>Establecer la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p>Establecer la relación que existe entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p>Conocer la relación que existe entre cada una de las dimensiones de compromiso organizacional con cada una de las dimensiones de valores hacia al trabajo.</p> <p>Conocer el nivel en la variable compromiso organizacional obtenido por un grupo de</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente afectivo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p>Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente normativo del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p> <p>Existe relación entre los valores hacia el trabajo y el componente compromiso de continuidad del compromiso organizacional en trabajadores de una empresa del rubro retail.</p>	<b>Variable 1:</b> Valores hacia el trabajo					
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles o rangos</b>	
			Apertura al Cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auto-dirección.</li> <li>Estimulación.</li> </ul>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16	5=se parece mucho a mí	Bajo Promedio Alto	
			Conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conformidad.</li> <li>Tradicición.</li> <li>Seguridad.</li> </ul>		4=se parece a mí		
			Auto-engrandecimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hedonismo.</li> <li>Logro.</li> <li>Poder.</li> </ul>		3=se parece algo a mí		
			Auto-trascender	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universalismo.</li> <li>Benevolencia.</li> </ul>		2=se parece muy poco a mí		
						1=no se parece en nada a mí		
						<b>Variable 2:</b> Compromiso organizacional		
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de valores</b>	<b>Niveles o rangos</b>	
			Compromiso afectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orgullo de pertenencia.</li> <li>Sentido de felicidad.</li> <li>Sentimiento de importancia.</li> <li>Afecto por la organización.</li> <li>Significado de la organización.</li> <li>Vínculo emocional.</li> <li>Relación con la vida personal.</li> </ul>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	Totalmente de acuerdo (TDA)=5	Débil Moderado Fuerte	
		De acuerdo (DA)=4						
			Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NDA/NED)=3					
			En desacuerdo (ED)=2					
Compromiso normativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lealtad con la organización.</li> <li>Sentido de obligación.</li> </ul>		Totalmente en desacuerdo (TED)=1					

	<p>trabajadores de una empresa retail.</p> <p>Conocer el nivel en la variable valores hacia el trabajo obtenido por un grupo de trabajadores de una empresa retail.</p> <p>Conocer si hay diferencias en la variable valores hacia el trabajo de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa retail.</p> <p>Conocer si hay diferencias en la variable compromiso organizacional de acuerdo con el tiempo de servicio en trabajadores de una empresa retail.</p>		<p>Compromiso de continuidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deseo de permanencia.</li> <li>• Capacitación y desarrollo.</li> <li>• Seguridad laboral.</li> <li>• Percepción de los beneficios económicos.</li> <li>• Estabilidad.</li> <li>• Percepción de inversión personal en la organización.</li> <li>• Oportunidades de otros empleos.</li> </ul>			
<b>Tipo y diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>		<b>Estadística</b>			
<p><b>Tipo:</b> Básica.</p> <p><b>Alcance:</b> Descriptivo – correlacional.</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental.</p> <p><b>Método:</b> Hipotético-deductivo.</p>	<p><b>Población:</b> Está integrada por todos los trabajadores de una empresa del rubro retail que en total suman 362 empleados, distribuidos en 7 tiendas que integran la organización.</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> Probabilístico.</p> <p><b>Tamaño de muestra:</b> 187 trabajadores.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Valores hacia el trabajo.</p> <p><b>Técnicas:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario EVAT 30 adaptado por Villacris (2018).</p>	<p><b>Variable 2:</b> Compromiso organizacional.</p> <p><b>Técnicas:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumentos:</b> Cuestionario de Compromiso Organizacional (CO).</p>	Software SPSS versión 26			

## Anexo B: Instrumentos de investigación

### CUESTIONARIO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL (CO)

N°	ÍTEMS DEL CUESTIONARIO	TD	D	LD	NA/N	LA	DA	TD
		1	2	3	D	5	6	A
					4			7
1	Sentiría bastante satisfacción de desarrollar toda mi carrera en esta organización.							
2	Por ahora, permanezco en esta organización debido a las necesidades que tengo y porque también es mi deseo.							
3	Siento la obligación de permanecer en mi trabajo actual.							
4	En realidad, siento como si los problemas de esta organización fueran los míos							
5	Sería muy difícil para mí renunciar a mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.							
6	Incluso si recibiera incentivos adicionales, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto.							
7	Me siento parte de esta organización donde laboro.							
8	Gran parte de mi vida sería afectada, si decidiera dejar la organización en la que trabajo ahora.							
9	Me sentiría culpable si renuncio a mi organización ahora.							
10	Me siento emocionalmente ligado a la empresa donde laboro actualmente.							
11	Siento que tengo muy pocas opciones laborales si considerara renunciar a esta organización.							
12	La organización donde trabajo merece mi lealtad.							
13	Me sentiría muy satisfecho(a) de pasar el resto de mi vida laboral en la empresa donde estoy actualmente.							
14	Sí no hubiera invertido tanto de mí en esta organización, yo podría considerar trabajar en otro lugar.							
15	No dejaría mi organización ahora porque tengo un sentido de obligación con las personas que trabajan conmigo.							
16	Me siento en deuda con todo lo que me ha dado esta empresa.							
17	Una de las causas para continuar en esta organización es por la falta de otras oportunidades laborales igual de interesantes y disponibles.							
18	Siento que le debo mucho a esta organización.							

### CUESTIONARIO EVAT 30 ADAPTADO POR VILLACRIS (2018)

Enunciados		1	2	3	4	5
		No se parece en nada a mi	Se parece muy poco a mi	Se parece algo a mi	Se parece mi	Se parece mucho a mi
1	Es un empleado activo que promueve el desarrollo.					
2	Respeto las costumbres y tradiciones que se siguen en su trabajo, ya que es importante.					
3	Le gusta tener el control de las personas e influenciar en ellas.					
4	Le es importante el bienestar de las personas que conforman su equipo de trabajo.					
5	Es un empleado que busca nuevas formas de hacer su trabajo.					
6	Se guía por lo que otros hacen.					
7	Busca sobresalir y ser exitoso.					
8	Es importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siéndoles leal y honesto.					
9	Se preocupa por actualizarse, sea leyendo o asistiendo a cursos con la finalidad de ser eficiente.					
10	Sigue las reglas y procedimientos en su trabajo.					
11	Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es su principal preocupación.					

12	Siempre lucha para que todos los empleados reciban el mismo trato y oportunidades.					
13	Le gustan los retos en su trabajo, prefiere lo nuevo y desconocido.					
14	Es metódico, prefiere hacer las cosas como siempre le ha funcionado.					
15	Adquirir y acumular bienes o servicios es importante.					
16	La lealtad hacia su empresa y/o equipo trabajo es importante.					

## Anexo C: Validación de juicio de expertos

N°	FACTOR COHESIÓN/ ÍTEMIS	Numeración del ítem en el cuestionario	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Dimensión 1: Compromiso Afectivo</b>								
L <sub>III</sub>	Me sentiría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.	1	X		X		X		
	En realidad, siento como si los problemas de esta organización fueran los míos	2	X		X		X		
	No tengo un fuerte sentido de pertenencia con esta organización.	3	X		X		X		
	No me siento emocionalmente ligado a la organización.	4	X		X		X		
	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo.	5	X		X		X		
	Creo que le debo mucho a esta empresa.	6	X		X		X		
	<b>Dimensión: Compromiso de Continuidad</b>								
	Por ahora, permanecer en esta organización refleja tanto necesidad como deseo.	7	X		X		X		
	Sería muy difícil para mí dejar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.	8	X		X		X		
	Gran parte de mi vida sería afectada, si decidiera dejar la organización en la que trabajo ahora.	9	X		X		X		
	Siento que tengo muy pocas opciones si considerará dejar esta organización.	10	X		X		X		Siento que tengo muy pocas opciones laborales si considerará dejar esta organización
	Sí no hubiera invertido tanto de mí en esta organización, yo podría considerar trabajar en otro lugar.	11	X		X		X		

Una de las consecuencias negativas de dejar esta organización sería la escasez de otras alternativas disponibles	12	x		x		x		
<b>Dimensión 3: Compromiso normativo</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
No siento ninguna obligación de permanecer en mi trabajo actual.	13	x		x		x		
Incluso si recibiera beneficios, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto	14	x		x			x	En lugar de "beneficios", utilizaría incentivos adicionales. Los beneficios corresponden por ley, los incentivos son un extra
Me sentiría culpable si dejo mi organización ahora.	15	x		x		x		En lugar de "dejo" utilizaría "renuncio"
La organización donde trabajo merece mi lealtad.	16	x		x		x		
No dejaría mi organización ahora porque tengo un sentido de obligación con las personas que trabajan conmigo.	17	x		x		x		
Siento que le debo mucho a esta organización.	18	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ X ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez evaluador: César Joel Rivera Ambrosio D.N.I: 41971427

Especialidad del evaluador: Psicólogo organizacional de la Universidad Nacional Federico Villarreal, cuenta con especialización en el área de recursos humanos, más de 08 años de experiencia profesional en empresas del sector retail, metalúrgico y de servicios.

27 de noviembre del 2020



Nº	FACTOR COHESIÓN/ ÍTEMS	Numeración del ítem en el cuestionario	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Dimensión 1: Compromiso Afectivo</b>								
L III	Me sentiría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.	1	X		X		X		
	En realidad, siento como si los problemas de esta organización fueran los míos	2	X		X		X		
	No tengo un fuerte sentido de pertenencia con esta organización.	3	X		X		X		
	No me siento emocionalmente ligado a la organización.	4	X		X		X		
	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo.	5	X		X		X		
	Creo que le debo mucho a esta empresa.	6	X		X		X		
	<b>Dimensión: Compromiso de Continuidad</b>								
	Por ahora, permanecer en esta organización refleja tanto necesidad como deseo.	7	X		X		X		
	Sería muy difícil para mí dejar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.	8	X		X		X		El término correcto sería RENUNCIAR en lugar de DEJAR.
	Gran parte de mi vida sería afectada, si decidiera dejar la organización en la que trabajo ahora.	9	X		X		X		
	Siento que tengo muy pocas opciones si considerará dejar esta organización.	10	X		X		X		El término correcto sería RENUNCIAR en lugar de DEJAR.
	Sí no hubiera invertido tanto de mí en esta organización, yo podría considerar trabajar en otro lugar.	11	X		X		X		

Una de las consecuencias negativas de dejar esta organización sería la escasez de otras alternativas disponibles	12	X		X			X	En lugar de ALTERNATIVAS sugiero OPORTUNIDADES LABORALES
<b>Dimensión 3: Compromiso normativo</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
No siento ninguna obligación de permanecer en mi trabajo actual.	13	X		X		X		
Incluso si recibiera beneficios, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto	14	X		X		X		
Me sentiría culpable si dejo mi organización ahora.	15	X		X		X		
La organización donde trabajo merece mi lealtad.	16	X		X		X		
No dejaría mi organización ahora porque tengo un sentido de obligación con las personas que trabajan conmigo.	17	X		X		X		
Siento que le debo mucho a esta organización.	18	X		X		X		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

Se observa suficiencia en los ítems por cada dimensión.

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ X ] No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del juez evaluador:** Evelyn Raquel Suárez Casas D.N.I: 43919403

**Especialidad del evaluador:** Psicóloga organizacional de la Universidad Nacional Federico Villareal, cuenta con especialización en el área de recursos humanos, más de 09 años de experiencia profesional en empresas del sector portuario, financiero y retail.

27 de noviembre del 2020



Firma del evaluador:

Nº	FACTOR COHESIÓN/ ÍTEMS	Numeración del ítem en el cuestionario	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
			1	2	3	4	5	6	
<b>Dimensión 1: Compromiso Afectivo</b>			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Me sentiría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.	1	X		X			X	El término "feliz" lo considero muy genérico y subjetivo.
2.	En realidad, siento como si los problemas de esta organización fueran los míos	2	X		X			X	
3.	No tengo un fuerte sentido de pertenencia con esta organización.	3	X		X			X	Sentido de pertinencia, puede no entenderse por el colaborador.
4.	No me siento emocionalmente ligado a la organización.	4	X		X			X	
5.	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo.	5	X		X			X	El término "feliz" lo considero muy genérico y subjetivo.
6.	Creo que le debo mucho a esta empresa.	6	X		X			X	"Debo", puede no entenderse por el colaborador.
<b>Dimensión: Compromiso de Continuidad</b>			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
7.	Por ahora, permanecer en esta organización refleja tanto necesidad como deseo.	7	X		X			X	Parafrasear mejor porque puede no entenderse por el colaborador.
8.	Sería muy difícil para mí dejar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.	8	X		X			X	
9.	Gran parte de mi vida sería afectada, si decidiera dejar la organización en la que trabajo ahora.	9	X		X			X	

10.	Siento que tengo muy pocas opciones si considerará dejar esta organización.	10	X		X		X	
11.	Sí no hubiera invertido tanto de mí en esta organización, yo podría considerar trabajar en otro lugar.	11	X		X		X	
12.	Una de las consecuencias negativas de dejar esta organización sería la escasez de otras alternativas disponibles	12	X		X		X	
<b>Dimensión 3: Compromiso normativo</b>			SI	NO	SI	NO	SI	NO
13.	No siento ninguna obligación de permanecer en mi trabajo actual.	13	X		X		X	
14.	Incluso si recibiera beneficios, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto	14	X		X		X	
15.	Me sentiría culpable si dejo mi organización ahora.	15	X		X		X	
16.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.	16	X		X		X	
17.	No dejaría mi organización ahora porque tengo un sentido de obligación con las personas que trabajan conmigo.	17	X		X		X	
18.	Siento que le debo mucho a esta organización.	18	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

---

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ X ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez evaluador: Ruiz Santamaria, Javier D.N.I.: 40224851

Especialidad del evaluador: Psicólogo Organizacional / Especialidad en Gestión del talento humano.

30 de noviembre del 2020

Firma del evaluador:



Nº	FACTOR COHESIÓN/ ÍTEMS	Numeración del ítem en el cuestionario	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia
			1	2	3	4	5	6	
	<b>Dimensión 1: Compromiso Afectivo</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Me sentiría muy feliz de pasar el resto de mi carrera en esta organización.	1	X		X		X		
2.	En realidad, siento como si los problemas de esta organización fueran los míos	2	X		X		X		
3.	No tengo un fuerte sentido de pertenencia con esta organización.	3	X		X		X		
4.	No me siento emocionalmente ligado a la organización.	4	X		X		X		
5.	Sería muy feliz pasando el resto de mi vida laboral en la empresa donde trabajo.	5	X		X		X		
6.	Creo que le debo mucho a esta empresa.	6	X		X		X		
	<b>Dimensión: Compromiso de Continuidad</b>		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
7.	Por ahora, permanecer en esta organización refleja tanto necesidad como deseo.	7	X		X		X		
8.	Sería muy difícil para mí dejar mi organización ahora, incluso si deseara hacerlo.	8	X		X		X		
9.	Gran parte de mi vida sería afectada, si decidiera dejar la organización en la que trabajo ahora.	9	X		X		X		
10.	Siento que tengo muy pocas opciones si considerará dejar esta organización.	10	X		X		X		

<sup>1</sup> **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup> **Relevancia:** la presencia del ítem es fundamental para obtener información importante.

<sup>3</sup> **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**NOTA:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

11.	Sí no hubiera invertido tanto de mí en esta organización, yo podría considerar trabajar en otro lugar.	11	X		X		X		
12.	Una de las consecuencias negativas de dejar esta organización sería la escasez de otras alternativas disponibles	12	X		X			X	Una de las causas de dejar esta organización, es la falta de otras alternativas interesantes disponibles.
<b>Dimensión 3: Compromiso normativo</b>			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
13.	No siento ninguna obligación de permanecer en mi trabajo actual.	13	X		X		X		
14.	Incluso si recibiera beneficios, yo siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto	14	X		X			X	Incluso si recibiera una oferta laboral interesante, siento que dejar la organización ahora no sería lo correcto.
15.	Me sentiría culpable si dejo mi organización ahora.	15	X		X		X		
16.	La organización donde trabajo merece mi lealtad.	16	X		X		X		
17.	No dejaría mi organización ahora porque tengo un sentido de obligación con las personas que trabajan conmigo.	17	X		X		X		
18.	Siento que le debo mucho a esta organización.	18	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ ] Aplicable después de corregir [ X ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez evaluador: VELEZMORO JAUREGUI BRAD KENNETH D.N.I.: 10609839

Especialidad del evaluador: INGENIERO INDUSTRIAL, MAGISTER EN DIRECCION Y ORGANIZACIÓN DE PERSONAS, más de 18 años de experiencia trabajando en Recursos Humanos, realizando entre otras funciones la medición de clima organizacional.

\_30\_de\_Noviembre\_del 2020

Firma del evaluador: \_\_\_\_\_

