

Identificación y análisis del Compromiso Organizacional en trabajadores operativos de una tienda de autoservicio de Tenosique, Tabasco.

Est. Erika Verdugo López^{1*}, Mtro. Jesús Chan Hernández¹, Mtro. José Luis Hernández Juárez¹, Dra. Sandra Aguilar Hernández¹

¹División Académica Multidisciplinaria de los Ríos/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México
Corresponding Author: Est. Erika Verdugo López

RESUMEN: De acuerdo a datos del INEGI (2014) a nivel estatal, el municipio de Tenosique ocupa el segundo lugar dentro de los 17 municipios del estado de Tabasco en la realización de actividades comerciales teniendo una participación en este sector del 47.8%. De esta forma, para que una empresa sobresalga entre las demás, se debe contar con ciertas cualidades que la distingan como pueden ser los recursos tangibles (infraestructura, mobiliario y equipo, tecnología, entre otros) o intangibles (patentes, marcas, conocimiento y el propio recurso humano) creando con ello una ventaja competitiva. Sin embargo, las mejoras empresariales en ocasiones suelen tener efectos en el personal que labora dentro de la organización y siendo el compromiso organizacional uno de los más afectados donde los empleados desarrollan diferentes tipos de comportamiento según su conciencia y el trato que reciban. El objetivo del estudio fue analizar e identificar el tipo de compromiso organizacional que persiste en personal operativo de una tienda de autoservicio de Tenosique basándose en la Teoría de Meyer y Allen (2004). Fue un estudio cuantitativo, descriptivo transeccional en la cual se suministró un total de 72 cuestionarios al personal operativo que laboran en una tienda de autoservicio aplicándose un censo poblacional. Se aplicó la metodología desarrollada de Meyer y Allen (2004) y en base a ello se logró identificar un tipo de compromiso afectivo y para una mayor apreciación de los datos se analizaron los valores por estratificación de edades siendo el compromiso antes mencionado como el de mayor presencia en la tienda. **Palabras claves:** Capital humano, Competitividad, Empresa, Desempeño

Date of Submission: 30-06-2019

Date of acceptance: 20-07-2019

I. INTRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE LITERATURA

Las tiendas de autoservicio en el municipio de Tenosique, Tabasco han logrado un impacto significativo en el desarrollo económico del lugar, su principal característica está en la comercialización de una gran gama de artículos de abarrotes, frutas y verduras, electrodomésticos y más. Así mismo, se han considerado como fuentes de empleos por el prestigio de las propias organizaciones y así como a la creciente población en nuestro municipio se la cual demandan artículos que suplan las necesidades de compra de productos, razón por la cual estas tiendas han tenido gran impacto en la localidad. Sin embargo, es primordial el desarrollo de estrategias de mejora continua bien estructurados que permitan incrementar el desempeño general de la empresa, no solo en cuanto a operatividad, sino en cuanto al bienestar de sus empleados, los cuales son el alma de la propia organización. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar y analizar el tipo de compromiso que persiste en los trabajadores operativos de una tienda de autoservicios de Tenosique, Tabasco.

En base a lo anterior y a registros Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2014) a nivel estatal, el municipio de Tenosique ocupa el segundo lugar dentro de los municipios sobresalientes en la realización de actividades de comercio según el personal ocupado en 2013, teniendo una participación en este sector del 47.8%. Actualmente y desde tiempo atrás, para que una empresa sobresalga de entre las demás debe de contar con ciertas cualidades que la distingan, sean recursos tangibles o intangibles, según el caso, obteniendo así una ventaja competitiva que le da un valor añadido al producto o servicio que ofrezcan en el mercado (Wang, 2014; Rubio y Aragón, 2009; Porter, 1979, 1998, 2008; Salas, et al., 2012). Respondiendo siempre a las necesidades y exigencias de las personas, quienes buscan mejor calidad, precio, durabilidad, variedad en lo que consumen, por lo que la organización como tal, deberá crear estrategias que lo encaminen en esta dirección (Villarreal, 2012).

Se habla en este caso de compromiso organizacional, el cual en los empleados se va desarrollando en diferentes tipos según su conciencia y el trato que de la propia empresa reciban. Es por ello que se debe tener como objetivo estratégico, el factor humano, el cual representa el principal activo intangible dentro de la organización, pues si bien muchas de las actividades por realizar, requieren de maquinaria y equipo, se requiere

de forma indiscutible de la participación del individuo en su realización. Es en este punto donde se habla de las capacidades de los gerentes para aprovechar las habilidades y conocimientos de los trabajadores y con ello mejorar el ambiente laboral en el que se desarrollan debido a los resultados que pueden influir en la empresa (Jacques, Cisneros y Mejía, 2011). Se debe contar con personal capacitado, pero que además se sienta a gusto en el lugar de trabajo, lo cual traerá mejores resultados, menor rotación de personal, menor ausentismo y generando a la vez un sentido de pertenencia y de forma directa con un aprovechamiento del aprendizaje continuo y conocimiento. (Chamorro y Tato, 2005) de esta manera, el talento del que se habla está contenido en los trabajadores, los cuales son capaces de adaptarse a diferentes circunstancias, tareas y contextos en la cual se deben tener en cuenta los intereses de todos los grupos de interés de la organización evitando la pérdida de capital humano y atrayendo talento nuevo a la empresa (Castells 2000; Chamorro y Tato, 2005).

En la literatura científica se destaca la preocupación por el logro de un alto sentido de compromiso de los empleados hacia la organización considerando el componente humanista debido a que las personas viven en sociedad, dentro de una comunidad, y considerando el factor económico esencial, pues se asocia con el desempeño y la productividad (Beer, 2009; Boxall y Macky, 2009; Boston Consulting Group [BCG] y World Federation of People Management Associations 2010; Drucker, 1999; Montoya Monsale, y Montoya Naranjo, 2012; Picart, 2012; Schaufeli, Bakker, y Van Rhenen, 2009; Meyer y Allen, 2004). Dentro de los principales investigadores que han aportado al desarrollo de la teoría del compromiso organizacional se encuentran a Sheldon (1971) definiendo el compromiso como un análisis positivo dentro de una organización intencionado al logro de sus objetivos; mientras tanto, Kantor (1968) comenta que el compromiso se refiere a la disponibilidad de los empleados dentro de la organización para proporcionar lealtad y vitalidad; mientras que Porter, Steers, Mowday y Boulin (1974) lo definen como la identificación y participación de un individuo dentro de la organización; según (Buchanan II, 1974) el compromiso es considerado como una inclinación exagerada y afectiva a los objetivos y valores de una organización vistos por los colaboradores como parte de ellos, que contribuye a su bienestar.

Se considera importante obtener un alto grado de compromiso hacia la organización sin dejar de lado los componentes humanistas y económicos, debido a que se justifica la importancia del ser humano no solo como un ser productivo que a su vez rendirá frutos dentro de la organización, sino como un ser humano sociable lo cual es beneficio para el empleado como para la organización, logrando con ello que la persona se sienta a gusto laborando y se genere un sentido de compromiso.

El interés por evaluar el sentido de compromiso dentro de las empresas es el conocimiento que tienen las personas llamado también capital humano, de ahí que sea particularmente importante evaluar la alta dirección dentro de la empresa debido a que las directrices emitidas por ella tienen efectos en los trabajadores los cuales pueden ser positivos o negativos (Cuesta, 2015). Por su parte, autores como Blau (2003) mencionan cuatro tipos de compromiso: afectivo, normativo, costos acumulados y alternativas limitadas. Wang (2004) habla de cinco tipos de compromiso: normativo, calculativo pasivo, calculativo activo y valorativo. Estudios de autores como (Ahmad y Bakar, 2003; Ismail, Sieng, Ajis, Dollah, y Boerhannoeddin, 2009) demuestran que las intervenciones del supervisor durante las capacitaciones a los colaboradores aumentan el rendimiento y compromiso de los empleados, al mismo tiempo que disminuyen los niveles de ausentismo. Autores como Modway, Porter y Steers (1982) mencionan que el compromiso organizacional se relaciona con 3 variables: a) una fuente de creencia y aceptación de las metas de una organización; b) motivación a realizar un esfuerzo considerable por la organización; c) un fuerte deseo de mantenerse como miembro de la organización; No obstante, Meyer y Allen (2004) proponen que existen tres tipos de compromiso: el afectivo el cual se representa con un actitud positiva del trabajador hacia la empresa; el continuo se representa por los costos monetarios que representa el trabajo que realiza la persona, es decir, su compromiso se ve condicionado por la cantidad de ingresos que recibe por su labor; y por último, el normativo donde el trabajador considera su actividad como una obligación y se siente obligado a devolver los favores que reciba por parte de la empresa.

Por consiguiente, el compromiso organizacional permite estabilidad laboral, esto debido a que incide en las prestaciones que el colaborador recibe por parte de la empresa, se trata de un beneficio para las familias del individuo, como para la economía en general del país. Su importancia para el personal de recursos humanos radica en las actitudes y conductas que trae consigo el poder tener colaboradores comprometidos, pues se reduce el ausentismo, bajan los niveles de rotación de personal, además de que los empleados toman conciencia y aceptan los valores y cultura general de la organización. Se trata de un concepto de vínculos generados entre empresa y empleados (Soberanes Rivas y De la fuente Islas, 2009).

II. BÚSQUEDA DE OBJETIVOS

- Identificar y analizar el tipo de compromiso que persiste en los trabajadores operativos de una tienda de autoservicios de Tenosique, Tabasco.

III. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE DATOS

La presente investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo (Hernández, Sampieri y Baptista, 2016) en la cual se tuvo como objetivo identificar y analizar el nivel y tipo de compromiso organizacional que persiste en trabajadores operativos de una tienda de autoservicio de Tenosique, Tabasco. Con un enfoque cuantitativo (Hernández, et al., 2016) con un diseño transeccional debido a que se suministraron un total de 72 cuestionarios a todo el personal operativo de la tienda en un determinado momento. Para la aplicación de la metodología se requirió permiso de las autoridades directivas de la tienda y posteriormente se procedió a la aplicación de los cuestionarios siendo de esta forma un estudio no paramétrico y determinándose un censo poblacional al ser una población menor a 100.

Para la recolección de la información se utilizó el cuestionario de Compromiso Organizacional de Meyer y Allen (2004) el cual integra las tres dimensiones básicas del compromiso determinada por ellos los cuales se muestran en la tabla número 1.

Tabla I. Dimensiones del compromiso organizacional

Variable	Dimensión	Ítems
Compromiso Organizacional	Compromiso afectivo	1-6
	Compromiso de persistencia	7-12
	Compromiso normativo	13-18

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Como se mencionó en líneas posteriores, la población de estudio estuvo integrado por un total de 72 personas los cuales laboran en la tienda de autoservicio. Lo anterior, se muestra en la tabla número 2.

Tabla II. Población censada

Puesto	Cantidad
Alijador	3
Aux. De chequeo de Mercado	1
Aux. De prevención de perdidas	5
Cajero vendedor de alimentos	2
Cajero vendedor de farmacia	2
Colab. de imagen visual	4
Colab. De mercancías generales	2
Colab. De paquetería	1
Colab. De pescadería	1
Colab. De pgc	11
Colab. De ropa	2
Colab. De salchi/lacteos/congelados	2
Colab. De servicio a clients	1
Colab. De tortillería	2
Colab. De servicio a clients	1
Maestro de bizcocho	1
Maestro de francés	1
Maestro pastelero	1
Monitorista	1
Oficial de bizcocho	1
Oficial de francés	1
Opv "a"	12
Opv "b"	3
Pulidor	1
Tablajero "a"	1
Tablajero "b"	3
Vendedor de electronica	3
Vendedor de panificadora	3
Total:	72

Fuente: Información proporcionada por Recursos Humanos de la tienda.

En la figura 1 se presentan los rangos de edades de la población censada donde el 29.17% corresponde a las edades de 28-32 años; seguidamente, con un 23.61% los de 18 a 22 años; con un 19.44% los de 23 a 27 y 33 a 37 años respectivamente; con un 5.56% los de 38 a 42 años y por ultimo con un 2.78% los de edad de 43-49 años. Relativamente se observa es una población joven la que integra la fuerza laboral de la tienda al ser los de mayor representación.

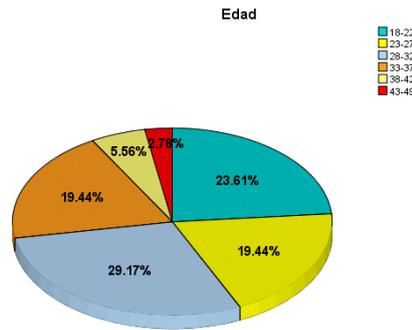


Figura 1. Edad

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Mientras tanto, la figura 2 representa la distribución de la antigüedad que tiene el personal operativo en la tienda. De esta forma, el 44% está representado por aquellos que tienen menos de 1 año dentro de la organización; seguidamente, el 29.17% los que tienen más de 3 años laborando y con un 26.39% los 1 a 2 años. Es necesario resaltar que existe una mayor población que tiene menos de 1 año laborando dentro de la tienda lo que puede ser un elemento importante para determinar los niveles de Compromiso Organizacional. En las siguientes figuras se observara a detalles este fenómeno por rangos de antigüedad.

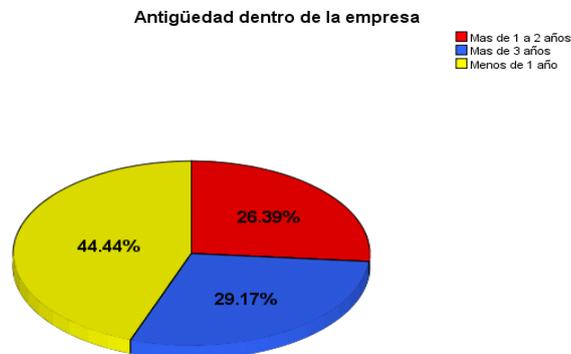


Figura 2. Antigüedad dentro de la empresa

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Como parte del proceso de validación de los cuestionarios estos fueron sometidos a tratamientos estadísticos de validación de alfa de Cronbach de lo cual se obtuvieron lo siguiente:

Tabla III. Índice de alfa de cronbach

Dimensión	Alfa de cronbach
Compromiso afectivo (no codificado)	0.74
Compromiso afectivo (codificado)	-0.10
Compromiso de persistencia (codificado)	0.77
Compromiso normativo (codificado)	0.32

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Es necesario recalcar que en este procedimiento se obtuvieron dos índices de alfas de cronbach diferentes para la dimensión de CA debido al ajuste de recodificación en los ítemes 3, 4 y 5. El ajuste determina dos índices diferentes por lo cual se hace la comparación y se determina el impacto del valor de la respuesta que emitieron cada uno de los encuestados. De esta manera, el alfa de cronbach en la dimensión de compromiso afectivo es de 0.741 (no codificado) no obstante, al realizar el ajuste de codificación se determinó un índice de -0.104 (Codificado). Lo anterior debido a que el 50% de las afirmaciones correspondientes a esta dimensión,

corresponden a la mayor parte de ítems codificados dentro del mismo cuestionario como un todo. Mientras tanto, en la dimensión de CP su alfa de cronbach fue de 0.774 y el CN lo cual es aceptable fue de 0.326. Los índices obtenidos a diferencia del CN se encuentran en un nivel bajo aceptable no obstante esto se debe a la gran cantidad de ítems que fueron recodificados.

Por otra parte, se aplicó la metodología de Meyer y Allen (2004) el cual para propósitos de medición este requiere un cálculo de promedios para cada uno de los componentes de CO, es decir, si el cuestionario es calificado de manera correcta esta deberá de tener promedios diferentes para cada una de las escalas y el mayor será el que determine el CO que más persista dentro de la organización. Siguiendo este procedimiento se trabajó con la base de datos haciendo sumatoria de las respuestas por ítems, mismas que fueron promediadas en conjunto. Se obtuvo un porcentaje a cada dimensión, haciendo uso de la regla de 3, tomando como base el valor general de las dimensiones de forma grupal. Se sumaron las respuestas obtenidas por ítem correspondiente a cada dimensión, multiplicando por 100 y dividiendo entre el valor general de las tres dimensiones de compromiso. Tomando como referencia lo anterior, se obtuvo que el tipo de compromiso que más persiste dentro de la tienda en estudio es el compromiso afectivo, con un promedio de 4.4 y un porcentaje de 21.3%. Seguido por el compromiso Normativo con un promedio de 4.1 y un porcentaje de 19.65.

En la tabla IV se muestra el porcentaje obtenido de los promedios, con respecto a los 3 tipos de dimensiones de compromiso organizacional que se evaluaron dentro de la tienda de autoservicio a 72 empleados del área operativa. Se obtuvo un porcentaje de 36 % en compromiso afectivo siendo este el que más persiste, seguido por el compromiso normativo con un 33%. Teniendo con menos persistencia el tipo de compromiso normativo con un 31%.

Tabla IV. Promedios de Compromiso Organizacional

Dimensión	Promedios de los CAS, NCS, y C.C.P	Porcentaje de los CAS, NCS y C.C.P
Compromiso afectivo	4.4	36.24%
Compromiso normativo	4.1	33.33%
Compromiso continuo	3.7	30.41%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Estos resultados se obtuvieron con los datos ya codificados a la inversa, tomando en cuenta que 3 de las 6 preguntas correspondientes al tipo de compromiso afectivo, fueron codificadas (ítems 3, 4 y 5) y solo un ítem de la dimensión de compromiso normativo, fue codificada (Ítem 13).

Por otra parte, de los 72 empleados del área operativa encuestados, dividimos por segmentos de acuerdo al tiempo de antigüedad laborado de cada empleado (Tabla 5). Fueron 3 segmentos con los que trabajamos: antigüedad menor a un año, antigüedad de 1 a 2 años y empleados con antigüedad de 2 a 6 años.

Tabla V. Rango de edad de empleados

Empleados agrupados por antigüedad dentro de la tienda	
Antigüedad menor a un año	29
Antigüedad de 1-2 años	18
Antigüedad de 2-6 años	25
Total	72 empleados

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

- **Compromiso organizacional del personal operativo.**



Figura 3. Compromiso organizacional del personal operativo

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos

La figura 3 muestra el porcentaje obtenido de los promedios, con respecto a los 3 tipos de dimensiones de compromiso organizacional que se evaluaron dentro de la tienda de autoservicio a 72 empleados del área operativa. Se obtuvo un porcentaje de 36 % en CA siendo este el que más persiste, seguido por el CN con un 33%. Teniendo con menos persistencia el tipo de CP con un 31%.

Estos resultados se obtuvieron con los datos ya codificados a la inversa, tomando en cuenta que 3 de las 6 preguntas correspondientes al tipo de compromiso afectivo, fueron codificadas (Ítems 3, 4,5). Y solo un ítem de la dimensión de compromiso normativo, fue codificada (Ítem 13).

- **Compromiso Organizacional personal menor de 1 año.**



Figura 4. Compromiso organizacional del personal operativo menos a 1 año

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos

La figura número 4 muestra que el CA continúa persistiendo en el personal que tiene menos de un año de servicio dentro de la organización al tener un 36% de las preferencias seguido de un 33% por el CN y por último con 31% el CP. De esta manera, el personal que tiene menos de un año de laborar dentro de la empresa tiene un mayor Compromiso Afectivo.

- **Compromiso Organizacional personal de 1 a 2 años de servicio**



Figura 5. Compromiso organizacional del personal operativo de 1 a 2 años

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos

En el caso de la figura 5, el CO que más se presentó fue el CA el cual ocupó un 38% del total de datos, un 34% para el de CN y con un 28% el CP. Se resalta que el personal operativo de la tienda de autoservicio que tiene de 1 a 2 años de servicio muestra un porcentaje mayor de CA a diferencia de los que tienen menos de 1 año de servicio.

• **Compromiso Organizacional personal de 2 a 6 años de servicio.**



Figura 6. Compromiso organizacional del personal operativo de 1 a 2 años

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos

De acuerdo a la figura 6 el compromiso organizacional que más persiste es el CA al mostrar un porcentaje de 36% seguidamente con un 34% el CN y con un 30% el CP siendo el de menor resultado. Cabe resaltar que a partir de los 1 a 6 años la brecha entre los tres tipos de compromiso se va reduciendo por lo cual y al seguir esta tendencia se puede pronosticar que el CA tiende a desaparecer y el CP o el CN ocuparan una mayor distribución de los datos en determinado momento.

En la agrupación empleados con antigüedad de 2-6 años, el tipo de compromiso que más persiste es el afectivo con un 36%, seguido por el tipo de compromiso normativo con un 34%.

IV. HALLAZGOS E INTERPRETACIÓN

Los estudios organizacionales permiten realizar análisis correspondientes sobre el comportamiento de las personas en las organizaciones y su impacto en la permanencia. De esta forma, el objetivo del presente estudio fue identificar y analizar el tipo de compromiso organizacional que persiste en una tienda de autoservicio del municipio de Tenosique. La metodología propuesta de Meyer y Allen (2004) en su modificación realizada determinan en base a un promedio en cada una de las dimensiones el tipo de compromiso que más persiste. El resultado permite interpretar que las propias actitudes de los trabajadores influyen en la forma que realizan sus trabajos cotidianos y que corresponde a la organización mejorar las condiciones laborales adecuadas para evitar las deserciones y en determinados momentos incrementar la propia productividad y el rendimiento. Sobre esto, Keskes (2014) expresa que el compromiso organizacional puede proveer un ambiente de liderazgo afectivo por lo cual esta sería otra de las aportaciones que tiene este fenómeno de estudio dentro del ámbito empresarial, no obstante, las organizaciones deben de ver al compromiso del recurso humano como parte de sus objetivos estratégicos. Asimismo, se encontró que el Compromiso Afectivo fue el que más persistió en el personal operativo. Uno de los hallazgos empíricos encontrados fue que a cómo van pasando los años de servicio de los trabajadores el Compromiso Afectivo va perdiendo preferencia entre los encuestados y el Compromiso Normativo y de Persistencia aumentaban su porcentaje. Es necesario replicar el estudio en determinado tiempo con la finalidad el comportamiento del fenómeno entre los trabajadores así como determinar su relación con otras variables como lo es la rotación de personal, el desempeño y la motivación. Los análisis estadísticos básicos determinan que el compromiso organizacional requiere de una atención personalidad por parte del personal directivo de las empresas.

REFERENCIAS

- [1]. Ahmad, K. Z., & Bakar, R. A. (2003). The Association between Training and Organizational Commitment among White Collar
- [2]. Beer, M. (2009). High commitment high performance: How to build a resilient organization for sustained advantage. New York: Jossey-Bass.
- [3]. Blau, G. (2003). Testing for a four-dimensional structure of occupational commitment (Part 4). *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 469-488.
- [4]. Boston Consulting Group, & World Federation of People Management Associations. (2010). *Creating people advantage 2010: How companies can adapt their hr practices for volatile times*. Boston: Authors.
- [5]. Boxall, P., & Macky, K. (2009). Research and theory in high: Performance work systems: progressing the high-involvement stream. *Human Resource Management Journal*, 19(1), 3-23. doi:10.1111/j.1748-8583.2008.00082.
- [6]. Buchanan II, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 533-546.
- [7]. Castells, Manuel (2000). *La era de la información*. Vol. 1. La sociedad red, Madrid: Alianza Editorial. 2ª ed.
- [8]. Chamorro Mera, A., & Tato Jiménez, J. L. (2005). Globalización y competitividad de las empresas: Los recursos humanos. *Revista análisis económico*, 167-186.
- [9]. Cuesta Santos, A. (2015). Gestión de recursos humanos en la empresa, desempeño y sentido de compromiso. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 1134-1148.
- [10]. Drucker, P. (1999). Knowledge-worker productivity: _e biggest challenge. *California Management Review*, 41(2), 79-94.

- [11]. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- [12]. INEGI. (2014). Minimigrafía. Tabasco. Censo Económico 2014. Distrito Federal: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- [13]. Ismail, A., Sieng, L. C., Ajis, M. N., Dollah, N. F., & Boerhannoeddin, A. (2009). Relationship between supervisor's role and job
- [14]. Jacques, L., Cisneros, L. F., & Mejía, J. H. (2011). Administración de PYMES. Ciudad de México: Pearson Educación.
- [15]. Kanter, R.M. (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanism in utopian communities. *American Sociological Review*, 33, 4: 499-517.
- [16]. Keskes, I. (2014). Relationship between leadership styles and dimensions of employee organizational commitment: A critical review and discussion of future directions. *Intangible Capital*, 10 (1), 26-51. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54930453002>
- [17]. Meyer, J. P., & Allen, N. J. (2004). TCM Employee Commitment Survey Academic Users Guide 2004. University of Western Ontario, 2-16.
- [18]. Moday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1)
- [19]. Montoya Monsale, J. N., & Montoya Naranjo, J. D. (2012). Grupo Semco y las prácticas de recursos humanos de alto compromiso, una ventaja competitiva. *Innovar*, 22(46), 21-38.
- [20]. Omar, A., & Florecia Urteaga, A. (2008). Valores personales y compromiso organizacional. *Enseñanza e investigación en psicología*, 353-372. Performance in the workplace training program. 56, 237-251.
- [21]. Picart, A. G. (2012). TRAYCO, pionera en la certificación por la NC 3001: 2007 del sistema de gestión integrada de capital humano. In D. Salazar Fernández (Coord.), *La red de capital humano* (pp. 139-167). La Habana: Academia.
- [22]. Porter, M. (1998). Cluster and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 77-90.
- [23]. Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 137-149.
- [24]. Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 24-41
- [25]. Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2009). Recursos críticos y estrategia en la pyme industrial. *Tribuna de economía* (846), 193-212.
- [26]. Salas, J., Valles, E., Galván, A., & Cuevas, T. (2012). Competitividad para las micro, pequeñas y medianas empresas en México, mediante las incubadoras de negocios. *European Scientific Journal*, 8(25), 267-282.
- [27]. Schaufeli, W., Bakker, A., & Van Rhenen, P. (2009). How changes in job demands and resources predict burnout, work engagement, and sickness absenteeism. *Journal of Organizational Behavior*, 30(7), 893-917. doi:10.1002/job.595
- [28]. Soberanes Rivas, L. T., & De la fuente Islas, A. H. (2009). El clima y el compromiso organizacional en las organizaciones. *Revista internacional la nueva gestión organizacional*, 120-127.
- [29]. Villarreal, F. J. (2012). Logística Integral: Una alternativa para crear valor y ventajas competitivas en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del Sector Calzado. *Nova Scientia*, 4(8), 165-202. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20332439401>
- [30]. Wang, H.-L. (2014). Theories for competitive advantage. *Being Practical with Theory: A Window into Business*, 33-43.
- [31]. Wangy, Y. (2004). Observations on the organizational commitment of Chinese employees: Comparative studies of state-owned enterprises and foreign invested enterprises. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(4-5), 649-669.

Est. Erika Verdugo López" Identificación y análisis del Compromiso Organizacional en trabajadores operativos de una tienda de autoservicio de Tenosique, Tabasco." *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, vol. 08, no. 07, 2019, pp 50-57