

Compromiso organizacional de los trabajadores: estudio de una empresa refresquera ubicada en México

Organizational commitment of workers: Study of a refreshments company located in Mexico

Roger Manuel Patrón-Cortés

Universidad Autónoma de Campeche, México

roger_patron_cortes@hotmail.com

Carlos Alberto Pérez Canul

Universidad Autónoma de Campeche, México

cperezxx@hotmail.com

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo determinar el grado de compromiso organizacional de los trabajadores de una empresa refresquera ubicada en el sureste de México. Este estudio es exploratorio, descriptivo y de corte cuantitativo. Los resultados indican que el personal no tiene definido su compromiso, debido a que le falta participación, identificación y lealtad. Además, el personal muestra un mediano sentido de pertenencia. Se sugiere la creación de un programa estratégico de participación donde el personal se sienta orgulloso e incrementen su compromiso. Se hace necesario la implementación de un programa de estímulos basado en el desempeño, con la finalidad de incrementar la productividad y el desarrollo de la empresa. Adicionalmente, se propone que los directivos establezcan mayor comunicación y atención al personal desde el punto de vista del factor humano, ya que los trabajadores consideran su trabajo como algo muy valioso y por el cual están dispuestos a comprometerse.

Palabras clave: Compromiso laboral, empresas refresqueras, cultura de participación.

Abstract

This research aims to determine the degree of organizational commitment of the workers of a refreshments company located in the southeast of Mexico. This study is exploratory, descriptive and quantitative. The results indicate that the staff has not defined their commitment because they lack participation, identification and loyalty. In addition, the staff shows a medium sense of belonging. It is suggested the creation of a strategic program of participation where the staff is proud and increase their commitment. It is necessary to implement a

performance based stimulus program in order to increase productivity and the development of the company. In addition, it is proposed that managers establish greater communication and attention to staff from the point of view of the human factor, since workers consider their work as something very valuable and for which they are willing to compromise.

Key words: Commitment to work, refreshment companies, culture of participation.

Fecha Recepción: Febrero 2017

Fecha Aceptación: Julio 2017

1. Introducción

Según Milenio Digital (2016) a pesar del intento por reducir el consumo de bebidas azucaradas en México, la venta de refrescos muestra una recuperación con un alza debido al gusto de los consumidores por este tipo de bebidas. Del año 2015 al 2020 se espera un incremento de 0.5% y alcanzará un crecimiento acumulado en volumen de 1.3 en el año 2020. México es el segundo país de mayor consumo de bebidas gaseosas después de Estados Unidos. Aunque la tendencia es lenta, los consumidores están haciendo consciencia sobre la salud y el consumo del azúcar y las calorías de este tipo de refrescos.

Por otra parte, las nuevas generaciones - los que nacieron a partir de 1980 y 1993 - son más asiduos al té, lo orgánico, lo natural y lo auténtico. Así como también, aprecian las congruencias entre lo que anuncian y lo que ofrecen las empresas. El Financiero (2014) refiere que cada vez más personas buscan conocer la mejor forma de alimentarse sanamente y en este sentido algunos empresarios han encontrado un nicho comercial importante.

En los últimos años en la ciudad de San Francisco de Campeche, México; han proliferado las empresas en la línea de bebidas, ya que cada día se presentan nuevas marcas en el mercado, ofreciendo una gama de sabores, elaborados con productos 100% naturales, tales como té negro, té verde, naranja, horchata, limón y Jamaica, entre otros. Soto y Dolan (2004) señalan que la globalización y el cambio del entorno económico obligan a las empresas a redefinir sus actuales líneas de acción. Por lo que, para poder ser competitivas, crecer y consolidarse este tipo de micro empresas requieren de empleados comprometidos, identificados con los valores y objetivos empresariales y que traten a la empresa como si fuera propia. (Dessler, 1996).

1.1. Compromiso organizacional

De acuerdo con Betanzos, Andrades y Paz (2006) las investigaciones realizadas sobre el compromiso organizacional iniciaron a partir de 1960 y se han venido incrementado, creandose diversos modelos para entender el concepto de interés, principalmente para la psicología del trabajo.

Becker (1960) señala que el compromiso es el vínculo que establece el trabajador con su organización, como resultado de las pequeñas inversiones que hace a lo largo del tiempo. Este concepto supone que el empleado se mantiene en la organización porque de lo contrario, sacrificaría la inversión del esfuerzo o de determinadas acciones realizadas en beneficio de una pensión o jubilación; por lo que surge el compromiso. Mowday, Steers y Porter (1979) manifiestan que el compromiso es la fuerza relativa de identificación personal del trabajador y su implicación con la organización en particular.

Para Meyer, Allen, y Smith (1993) el compromiso es un estado mental que determina la relación entre un trabajador y una organización, que puede manifestarse en un deseo, una necesidad y/o una obligación a permanecer como miembro de una organización. Por su parte, Robbins y Judge (2013) señalan que el compromiso con la organización es el grado en el que un trabajador se identifica con la compañía para la que trabaja y sus objetivos y quiere seguir formando parte de ella. Las empresas con altos niveles de compromiso registran elevados niveles de desempeño y productividad, así como también bajos índices de ausentismo (Ríos, Tellez, y Ferrer, 2010).

Diversos estudios se han dedicado a investigar sobre la naturaleza de los vínculos que pueden apegar a un trabajador hacia su empresa, además, se han enfocado en analizar cuáles son las principales conductas que se derivan de cada una de estas relaciones y, por supuesto, qué factores o variables influyen en el desarrollo de estos vínculos. A este conjunto de vínculos que mantienen a un sujeto apegado a una empresa en particular, se la ha llamado compromiso organizacional. Meyer & Allen (1991) definieron el compromiso organizacional como un estado psicológico que caracteriza la relación entre un empleado y la organización para la que trabaja, esta relación presenta consecuencias respecto a la decisión del individuo para continuar trabajando en ella, o dejarla.

Gómez (2006) considera que existen factores que influyen en el compromiso del colaborador y los clasifica en: a) factores positivos: competencia personal percibida, consideración del líder, liderazgo, motivación interna, implicaciones en el puesto de trabajo, satisfacción laboral total, satisfacción con el propio trabajo, satisfacción con la promoción, satisfacción con el sistema de supervisión; y b) factores negativos: ambigüedad del rol, conflictividad del puesto de trabajo y estrés.

Para Grajales (2000) existen cuatro factores que explican el compromiso organizacional:

- 1) Participación. Dejar que el empleado se involucre en las decisiones para contribuir, aumentar la comprensión, incrementar la productividad y favorecer la satisfacción laboral. El interés, la motivación y la moral se ven fortalecidas, lo que los lleva a disfrutar su vida laboral.
- 2) Identificación. Deseo de estar involucrado con una empresa en todo su accionar y desarrollo. Los trabajadores comprometidos se sienten dispuestos a trabajar por los objetivos y la misión de la empresa, sienten a la empresa como algo propio donde su trabajo es una contribución importante, se sienten orgullosos de ella y comentan a otros los beneficios que les otorgan.
- 3) Pertenencia. Sensación de que la empresa es parte del trabajador y el empleado es parte de la empresa. Hace que el trabajador se sienta a gusto en ella, desarrolle su actividad con alegría, y la defienda ante cualquier situación que pudiera afectarla.
- 4) Lealtad. Espera pasiva pero optimista para que la empresa mejore. Incluye defender a la empresa ante las críticas externas con la esperanza de que la administración de la misma haga lo correspondiente.

1.2. Planteamiento del estudio, objetivo y justificación

La empresa objeto de estudio fue constituida en el año de 2007 en la ciudad de San Francisco de Campeche, México. La empresa es de carácter familiar y a pesar del poco tiempo que lleva establecida ha logrado posicionarse en el gusto de la gente con productos de calidad y demanda dentro del mercado local.

En un principio la producción se realizaba de manera manual y artesanal, pero con el paso de los años la demanda creció y a partir del año 2011 la empresa se industrializó e incrementó su proceso productivo. Aún conserva el uso de ingredientes de origen natural y sus productos son:

té, Jamaica, naranjada, horchata, tamarindo y limonada. El crecimiento de la empresa ha ido en aumento, por lo que las exigencias y el compromiso del personal deben ser cada vez mayores, pues tiene un fuerte competidor local y tres competidores a nivel nacional.

Por lo que se decidió realizar este estudio que tiene como objetivo determinar el grado de compromiso de los empleados de la empresa refresquera.

Este estudio contribuye a la literatura empresarial de las microempresas y a precisar el nivel de compromiso que tienen los empleados de la misma, con la finalidad de que los directivos fortalezcan sus planes de trabajo en beneficio de un mejor desempeño del personal que contribuya al desarrollo económico de la localidad y de México

2. Método

Este estudio es exploratorio, descriptivo y de corte cuantitativo. Participan 25 trabajadores que conforman la empresa. Para la recolección de datos se utiliza el instrumento “Escala del Grado de Compromiso de los Empleados” de Grajales (2000). Este instrumento es de fácil y rápida aplicación. Consta de 21 ítems con cinco alternativas de respuesta cada uno: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) Medianamente en desacuerdo, 3) No lo tengo definido, 4) Medianamente de acuerdo y 5) Totalmente de acuerdo. Pueden obtenerse puntajes mínimos de 21 y máximos de 105. Se solicitó la autorización del propietario de la empresa para realizar el estudio con su personal. Asimismo, se contó con la ayuda de estudiantes de una universidad pública ubicada en el sur de México. Los cuestionarios se administraron en la empresa previa cita. Se requirieron de dos sesiones para completar la recolección de datos de todo el personal. El análisis estadístico de la Escala del Grado de Compromiso de los Empleados obtuvo un coeficiente de confiabilidad Alfa de .74.

3. Resultados

Con base en el instrumento: Escala del Grado de Compromiso de los trabajadores se muestran los resultados en la Tabla I.

Tabla I. Escala del grado de compromiso de los trabajadores de la empresa refresquera.

Dimensiones	N	Media	Desviación Estándar
Participación	25	2.89	.82
Identificación	25	3.39	.94
Pertenencia	25	3.60	.16
Lealtad	25	3.00	.85
Compromiso	25	2.93	.66
general			

Nota. Elaborado con base en datos recolectados en la investigación.

En la Tabla I se muestra que el personal no tiene definida su participación (2.89), pues no se consulta, ni se toma en cuenta su opinión, lo que tiende a bajar el ánimo de los empleados para contribuir con propuestas de innovación, o bien, generar ideas en beneficio de la empresa. El personal tampoco tiene definida su identificación (3.39) ya que no se muestra muy convencido de que sea una gran organización para trabajar. El personal mostró un mediano sentido de pertenencia (3.60), ya que en cierta forma tiene la sensación de pertenecer a la empresa y siente que son parte de la misma. Además, el personal no tiene definida su lealtad (3.00), ya que no pretenden realizar más trabajo de lo que les pagan y no saben si es una de las mejores empresas para trabajar, aunque tampoco anhelan tener un trabajo diferente. En cuanto al grado de compromiso general, el resultado fue que el personal no lo tiene definido (2.93). Estos resultados son consistentes con Loli (2006), Barrasa (2008) y Renault (1995) quienes en sus estudios refieren la existencia de un compromiso moderado o la tendencia a un mayor compromiso.

4. Conclusiones

De acuerdo con los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones, el personal de la empresa refresquera tiene indefinido su grado de compromiso, es decir no perciben si se encuentran comprometidos o no. Se sugiere que la empresa permita un mayor involucramiento de los trabajadores en la fijación de objetivos y solución de problemas. Se hace necesario involucrar más a los trabajadores al interior de la empresa mediante la creación de un programa estratégico de participación de tal manera que el personal se sienta orgulloso por sus contribuciones e incrementen su autonomía y compromiso. Lo que es consistente con Robbins y Judge (2013) quienes señalan que cuando los empleados participan en las decisiones que les conciernen e incrementan su autonomía y control de su vida laboral, éstos estarán más satisfechos, motivados, y comprometidos; por lo que serán más productivos en beneficio de la organización.

Asimismo, se sugiere la implementación de un programa de estímulos basado en el desempeño, con la finalidad de incrementar la productividad y desarrollo de la empresa. El programa de estímulos también contribuye en la satisfacción de los empleados, pues proporciona un reconocimiento y un ingreso adicional por el esfuerzo realizado, lo que contribuiría a mejorar su calidad de vida. Adicionalmente, se hace necesario que el gerente establezca una mayor comunicación y atención al personal desde el punto de vista del factor humano, ya que los trabajadores consideran su trabajo como algo muy valioso y por el cual están dispuestos a comprometerse, siempre y cuando existan las condiciones adecuadas.

Debido a que este estudio es exploratorio y descriptivo mayor investigación es necesaria de tal forma que puedan observarse resultados más sólidos en este tipo de empresas. Otros estudios de corte cualitativo podrían profundizar sobre los motivos de los resultados obtenidos, por ejemplo, se sugiere realizar estudios de caso, grupos focales y etnográficos. También podrían realizarse estudios para conocer si existe relación con la satisfacción laboral, el clima y la cultura organizacional, en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Bibliografía

- Barraza, A. (2008). Compromiso organizacional de los docentes: un estudio exploratorio. *Avances en Supervisión Educativa. Revista de la Asociación de Inspectores de Educación de España*. Recuperado de: http://www.adide.org/revista/index.php?option=com_content&task=view&id=437&Itemid=64.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *América Journal of Sociology*, 66, 350-360.
- Betazanos, N., Andrade, P. y Paz F., (2006). Compromiso organizacional en una muestra de trabajadores mexicanos. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, (22) 1, pp. 25-43. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231317045002>.
- Dessler, G., (1996). *Administración de personal*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- El Financiero (2014). 100% Natural va por el mercado de jugos. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/100-natural-va-por-el.html>
- Grajales, T. (2000). *Manual de la Escala de Grado de Compromiso de los empleados Universitarios*. México: UM.
- Gómez, D. G. (2006). K. Sigma: control de procesos para mejorar la calidad de la enseñanza (cómo identificar entre lo mucho que es trivial y lo poco que es crítico). México: WK Educación.
- Loli, A. (2006). Compromiso organizacional de los trabajadores de una universidad pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, Vol. 9, No. 1 pp. 37-67
- Meyer, J. P., Allen N. J. y Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: extension and test of a threecomponent conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- Milenio Digital. (2016). Repuntan las ventas de refrescos en México. Recuperado de: <http://sipse.com/negocios/reportan-alza-venta-refrescos-mexico-206045.html>
- Mowday, R. T., Steers, R. M. y Porter, L. W. (1979). The measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.
- Regnault, Z. (1995). Compromiso organizacional de los docentes que laboran en el programa de posgrado de la UPEL-IPB. Centro de Información y Documentación del Instituto Pedagógico de Barquisimeto (CIPIPB).

- Ríos, M., Tellez, M., y Ferrer, J. (2010). El empowerment como predictor del compromiso organizacional en las Pymes. *Contad. Adm* [online], n.23, pp. 103-125. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422010000200006&lng=es&nrm=iso>. ISSN 0186-1042. Consultado el 2 de mayo de 2015.
- Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional* (15a. ed.). México: Pearson Educación.
- Soto, Eduardo; Dolan, Simón, L. (2004). El impacto de la globalización en las Pymes. En Soto, E. y Dolan, S. (Eds.). *Las Pymes ante el reto del siglo XXI. Los nuevos mercados globales*, (pp.1-17). México: International Thomson Editores.