

**COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y CONTRATO PSICOLÓGICO EN EL
PERSONAL DE VENTAS DE UNA ORGANIZACIÓN DISTRIBUIDORA DE
PRODUCTOS DE BELLEZA**

**ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND PSYCHOLOGICAL CONTRACT
IN THE SALES PERSONNEL OF A BEAUTY PRODUCT DISTRIBUTOR
ORGANIZATION**

**COMPROMISSO ORGANIZACIONAL E CONTRATO PSICOLÓGICO NO
PESSOAL DE VENDAS DE UMA ORGANIZAÇÃO DE DISTRIBUIDORA DE
PRODUTOS DE BELEZA**

Estefania Nicol Gastelu Dorado, Lic. Paola Andrea Arce Duran

UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA “SAN PABLO”

RESUMEN

El propósito de la investigación de tipo descriptivo-correlacional, fue conocer la relación de las variables Compromiso Organizacional a partir del modelo de Meyer y Allen (1991) y Contrato Psicológico con el modelo de Rosseau (2000), en una muestra constituida por 122 participantes, que pertenecen al área de ventas de una organización distribuidora de productos de belleza, siendo este el personal que genera la mayor fuente de ingresos y la piedra fundamental de la organización.

La correlación entre variables reveló que los tipos de Contrato que poseen una correlación altamente significativa con el Compromiso Organizacional, son los de Relación y Balanceado. Por otro lado, el tipo de Contrato Transicional no cuenta con una correlación significativa con el Compromiso Organizacional.

Además se observó que el Compromiso Organizacional en la muestra es Medio Alto y la dimensión que se encuentra con mayor porcentaje es la de Continuación, seguida

por la Afectiva. En relación al tipo de Contrato Psicológico, el que se encuentra en un mayor porcentaje en esta población es el Relacional, por otro lado, en relación a las variables sociodemográficas y organizacionales se encontraron resultados interesantes como por ejemplo, en cuanto a la edad y el Compromiso Organizacional, los resultados reflejaron que los empleados con mayor edad, indicaban estar más comprometidos que los más jóvenes, como se observó en estudios anteriores, excepto en la dimensión Afectiva.

Palabras Clave: Compromiso Organizacional, Contrato Psicológico, Personal de ventas

ABSTRACT

The purpose of the descriptive-correlational research was to know the relationship of the variables Organizational Commitment from the model of Meyer and Allen (1991) and Psychological Contract with the model of Rosseau (2000), in a sample made up of 122 participants, which belong to the sales area of a beauty product distribution organization, this being the staff that generates the greatest source of income and is the cornerstone of the organization.

The correlation between variables revealed that the types of Contract that have a highly significant correlation with Organizational Commitment are Relationship and Balanced. On the other hand, the type of Transitional Contract does not have a significant correlation with the Organizational Commitment.

In addition, it was observed that the Organizational Commitment in the sample is Medium High and the dimension with the highest percentage is Continuation, followed

by Affective. In relation to the type of Psychological Contract, the one that is found in a higher percentage in this population is the Relational Contract, on the other hand, in relation to the sociodemographic and organizational variables, interesting results were found, for example, in terms of age and Organizational Commitment, the results reflected that older employees indicated that they were more committed than younger ones, as observed in previous studies, except in the Affective dimension.

Key Words: Organizational Commitment, Psychological Contract, Sales Personnel

RESUMO

O objetivo da pesquisa descritivo-correlacional foi conhecer a relação das variáveis Compromisso Organizacional a partir do modelo de Meyer e Allen (1991) e Contrato Psicológico com o modelo de Rosseau (2000), em uma amostra de 122 participantes. , que pertencem à área de vendas de uma organização de distribuição de produtos de beleza, sendo esta a equipe que mais gera receita e é a base da organização.

A correlação entre as variáveis revelou que os tipos de Contrato que apresentam correlação altamente significativa com o Compromisso Organizacional são Relacionamento e Equilibrado. Por outro lado, o tipo de Contrato de Transição não possui correlação significativa com o Compromisso Organizacional.

Além disso, observou-se que o Compromisso Organizacional da amostra é Médio Alto e a dimensão com maior percentual é Continuação, seguida de Afetivo. Em relação ao tipo de Contrato Psicológico, o que se encontra em maior percentual nesta população é o Contrato Relacional, por outro lado, em relação às variáveis sociodemográficas e organizacionais, foram encontrados resultados interessantes, por exemplo, em termos de

idade e Compromisso Organizacional, os resultados refletiram que os funcionários mais velhos indicaram que eram mais comprometidos do que os mais jovens, conforme observado em estudos anteriores, exceto na dimensão Afetiva.

Palavras-chave: Compromisso Organizacional, Contrato Psicológico, Pessoal de Vendas

INTRODUCCIÓN

En las organizaciones, quien logra la gestión y el cumplimiento tanto de las metas como los objetivos que se establecen, es el recurso humano, que es el factor estratégico de la compañía (Ortíz, Rendón y Atehortúa, 2012), aunque las empresas cuenten con grandes recursos económicos para poder ejecutar sus actividades, con avanzada tecnología o edificaciones que respondan a los más altos estándares internacionales, nada de esto sería suficiente ni relevante si es que no se cuenta con el personal que sea capaz de hacer uso de esos elementos.

Actualmente el capital humano, es el elemento fundamental para generar ventaja competitiva y, por lo tanto, se constituye en el componente esencial para cualquier tipo de institución, ya que marca la diferencia entre una organización y otra, permitiendo que haya competitividad entre ellas (González, 2005).

El recurso humano de las organizaciones es un elemento fundamental que da validez y uso a los demás recursos, en este sentido el personal de la organización puede desarrollar habilidades y competencias que le permitirán que la ventaja competitiva de la empresa pueda ser sostenida y perdurable en el tiempo (Montoya y Boyero, 2016). Se pueden encontrar distintas clases de personal dentro de una organización, uno de los

más interesantes de investigar, sobre todo si la organización se dedica a la distribución de algún producto es el personal de ventas, este tipo de personal no recibe una entrada de dinero fija, ya que trabajan a comisión, y muchas veces no son tomados en cuenta como parte de la organización, llegando a ser excluidos de capacitaciones o distintos eventos y beneficios de los que goza el personal de planta. Sin embargo, al mismo tiempo cuentan con la ventaja de no tener un horario fijo de trabajo por lo que podrían disponer de su tiempo de la forma que mejor les convenga. Otro factor relevante en cuanto al personal de ventas de una organización, es la rotación, ya que si esta llega a ser excesiva o involucra a empleados valiosos, puede ser un factor de interrupción que obstaculizaría la eficacia de la organización (Robbins, 2004), por lo que podrían no tener un alto grado de pertenencia, ni sentirse muy comprometidos con la institución, este es una gran problemática para las empresas que se dedican a la venta directa ya que los vendedores se convierten en el puente entre el público meta y ellas. Siendo bastante importante para la institución conocer el grado de pertenencia del personal que no recibe una remuneración establecida, sino en base a las comisiones de las ventas realizadas; por ello es fundamental para una organización de este tipo, que pueda conocer si su personal se encuentra comprometido con ella, al saberlos un pilar fundamental de la organización.

El Compromiso Organizacional puede ser uno de los mecanismos que tiene la Dirección de Recursos Humanos para analizar esta vinculación de los empleados con su lugar de trabajo. Así, si se consigue que los empleados estén muy identificados e implicados en la organización en la que trabajan, mayores serán las probabilidades de que permanezcan en la misma (Claure y Böhr, 2004), este vínculo es establecido por los trabajadores con su organización y con el trabajo. Meyer y Allen (1991), desarrollaron

escalas para medir los componentes del Compromiso Organizacional formulados en la revisión del concepto, para ellos el compromiso organizacional que el empleado desarrolla con la organización está conformado por: un Compromiso Afectivo (CA), Compromiso de Continuidad (CC) y Compromiso Normativo (CN). El CA se refiere a la vinculación emocional de los empleados, la identificación y la participación en la organización. El CC se refiere al compromiso basado en los costos que los empleados asocian con dejar la organización. Y, el CN se refiere a los sentimientos de los empleados de la obligación de permanecer con la organización.

Dentro de las investigaciones que han tratado de delimitar el concepto de Compromiso Organizacional y de diferenciarlo de otros conceptos relacionados con el trabajo, se encuentran las de: Mowday, Steers y Porter (1979), Brooke, Russell y Price (1988), Zaccaro y Dobbins (1989); Cohen y Lowenberg (1990) y Morrow (1993). En relación a las investigaciones sobre el constructo, realizadas en nuestro contexto, se pueden mencionar las siguientes: Díaz (2011), Ruelas (2013), Pereira (2014), Sánchez (2015), y Larrea (2017), estas investigaciones nos permiten obtener amplia información acerca de la variable en distintas clases de organizaciones.

Para comenzar con este compromiso por parte del personal, es necesario que exista un Contrato Psicológico que será la base sobre la que iniciará el lazo de Compromiso Organizacional, logrando así que el personal permanezca y sienta que pertenece a la institución (Böhrt, 2016).

El contrato psicológico, que hace parte de los estudios del comportamiento organizacional, concierne a los vínculos que se construyen entre personas y organizaciones más allá de los compromisos explícitos (objetivos) pactados

oficialmente (Oviedo, Santa y Arias, 2014). Rousseau (1990) propone concebir al Contrato Psicológico como el modelo cognitivo que las personas emplean como marco de referencia para interpretar la información relacionada con las promesas mutuas realizadas, con la aceptación de los términos comprendidos en la relación y con el establecimiento del ambiente de confianza.

Así, se encuentran los siguientes tipos de Contrato Psicológico:

- Contrato Psicológico Relacional: El empleador se compromete a ofrecer salarios estables y empleo a largo plazo, en coherencia el empleado se muestra comprometido, brindando su lealtad y confianza a la organización. La recompensa que se establece en este contrato no es únicamente monetaria, sino también de tipo socioemocional (Torres, Santa y Bonilla, 2014).
- Contrato Psicológico Transaccional: Los acuerdos del contrato de empleo son de corta duración. Se centran en el intercambio económico, limitando así la participación del empleado dentro de la organización, quien lleva a cabo solo la función por la que le pagan, por tanto, no se ve en la obligación de involucrarse con ella y su empleador, quien tampoco se muestra comprometido por el futuro del empleado (Torres, Santa y Bonilla, 2014).
- Contrato Psicológico Balanceado: Se centran en acuerdos que combinan compromisos por parte del empleador para desarrollar a los trabajadores, y compromisos de los empleados de esforzarse para adaptarse en tiempos de cambio. Se genera una cultura orientada a un aprendizaje e innovación continua, los empleados dependen de los compañeros para que los apoyen (Martínez, 2018). La duración de este contrato es indefinida, el empleado y el empleador saben que el éxito de la empresa está

en contribuir con el aprendizaje y desarrollo del uno y del otro (Torres, Santa y Bonilla, 2014).

- Contrato Psicológico Transicional: Los empleados se encuentran en un estado de incertidumbre frente a los cambios que formula la organización de una estrategia conocida a una todavía no formulada, donde la ausencia de compromiso respecto al futuro del empleado es el resultado de este cambio, generando desconfianza en los empleados por la duración limitada de su contrato (Torres, Santa y Bonilla, 2014).

Respecto a la relación entre Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico, el estudio realizado por Guest (1998), identificó al Compromiso Organizacional como una de las consecuencias del Contrato Psicológico, aportando a la reducción del ausentismo y de la rotación. Millward y Hopkins (1998) demostraron que el Compromiso Organizacional correlacionaba positivamente con el Contrato Psicológico de tipo Relacional y negativamente con el de tipo Transaccional, además que los empleados con un contrato laboral formal a largo plazo eran quienes desarrollaban un Contrato Psicológico Relacional.

En cuanto a la relación entre Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico, en el medio local, se encontraron las investigaciones de: Barriga (2017), que analizó la relación entre estas dos variables en una organización sin fines de lucro, en los resultados se pudo observar una correlación positiva entre Compromiso Organizacional y los Contratos Relacional y Balanceado, además de diferencias significativas entre la muestra de voluntarios y la de empleados. De igual forma, la investigación de Fernández (2018), nos permite observar la relación entre los contratos Relacional y Balanceado con el Compromiso Organizacional, esto dentro de una organización de

seguridad social a corto plazo. Por todo lo mencionado anteriormente es que, para la distribuidora de productos de belleza, es de gran interés conocer el nivel de Compromiso Organizacional y cómo este se relaciona con el Contrato Psicológico, siendo el personal de ventas la mayor fuente de ingresos y el elemento fundamental de la organización.

MÉTODO

TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La presente investigación es de tipo descriptivo - correlacional. Se considera que es descriptiva ya que en este tipo de investigaciones se busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que será sometido a análisis, en este caso las variables a estudiar son Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico en el personal de ventas de una organización distribuidora de productos de belleza, por lo que se puede decir que consiste fundamentalmente en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores (Cauas, 2015).

De igual forma es de tipo correlacional debido a que este tipo de estudios se utilizan para determinar en qué medida dos o más variables están relacionadas entre sí. Se trata de averiguar de qué manera los cambios de una variable influyen en los valores de otra variable. Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después, cuantifican y analizan la vinculación, tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba (Cauas, 2015).

La correlación puede ser positiva o negativa. Si es positiva, significa que los valores altos en una variable tenderán también a mostrar valores elevados en la otra variable, en cambio si esta es negativa, significa que los valores elevados en una variable tenderán a mostrar valores bajos en la otra variable. Si no hay correlación entre las variables, ello nos indica que éstas fluctúan sin seguir un patrón sistemático entre sí (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

MUESTRA Y PARTICIPANTES.

La forma de selección de la muestra de la población es de tipo no - probabilístico. En este tipo de muestras, también llamadas muestras dirigidas o intencionales, la elección no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo (acceso o disponibilidad, conveniencia, etc.); son seleccionadas con mecanismos informales y no aseguran la total representación de la población. Las muestras no probabilísticas son convenientes de usar cuando se realizan estudios que son dirigidos a poblaciones y grupos muy específicos donde lo que interesa es una cuidadosa y controlada selección de sujetos con determinadas características (Scharager y Reyes, 2001).

La población elegida para la presente investigación fue el personal de ventas de una organización distribuidora de productos de belleza, la muestra estuvo compuesta por un total de 122 participantes. En la organización en la que se realizó la investigación, el personal de ventas, recibe el nombre de “consultor”, como se observa en la siguiente figura:

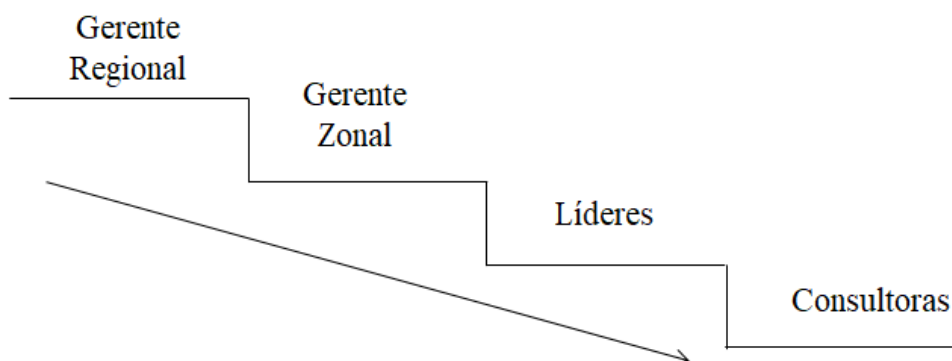


Figura 1. Sistema de venta directa. Vargas (2016)

Los consultores son los encargados de visitar a potenciales clientes mediante la venta puerta a puerta, si bien no poseen un salario fijo, poseen un contrato de trabajo con la organización además de recibir atractivos incentivos por sus ventas como descuentos desde 25% hasta un 45%, productos promocionales y premios por cumplimiento de metas de campaña.

A partir de las variables sociodemográficas, los datos que se obtuvieron se presentan a continuación en una distribución de frecuencias, es decir un conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías, generalmente son presentadas en una tabla y se encuentran en porcentajes para una mayor comprensión (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

En la muestra se tomaron en cuenta las siguientes variables Sociodemográficas: Sexo, Edad, Antigüedad en la organización, Formación académica o profesional y cuál es su principal ocupación.

Tabla 1

Distribución de la muestra por género

Género	Nº de Participantes	Porcentaje
Femenino	99	81,1
Masculino	23	18,9
Total	122	100

En la Tabla 1, se observa la población y su distribución en cuanto a la variable sociodemográfica género, donde se observa que el mayor porcentaje de participantes pertenece al género femenino con un 81,1 por ciento, mientras que sólo el 18,9 por ciento pertenece al género masculino.

Tabla 2

Distribución de la muestra por edad

Edad	Nº de Participantes	Porcentaje
Menor a 20 años	17	13,9
Entre 20 a 29 años	61	50,0
Entre 30 a 39 años	27	22,2
Entre 40 a 49 años	15	12,3
Más de 50 años	2	1,6
Total	122	100,0

Los datos de la Tabla 2, exponen que gran parte de la población total se encuentra entre los rangos de edad de 20 a 29 años con un 50,0 por ciento, seguido a este porcentaje, un

22,1 por ciento de la muestra está dentro del rango de 30 a 39 años. Finalmente un 1,6 por ciento de los participantes tiene 50 años o más.

Tabla 3

Distribución de la muestra por antigüedad en la organización

Antigüedad	Nº de Participantes	Porcentaje
Menor a 3 meses	17	13,9
3 meses a 1 año	40	32,8
1 año y 1 mes a 3 años	28	23,0
3 años y 1 mes a 5 años	16	13,1
5 años y 1 mes a 9 años	19	15,6
9 años o más	2	1,6
Total	122	100,0

La tabla 3, indica que el 32,8 por ciento es el porcentaje en el que se encuentra la mayor cantidad de participantes, ellos cuentan con una antigüedad de 3 meses a 1 año dentro de la organización. Seguida a esta cantidad, el 23,0 por ciento de la muestra se encuentra por el periodo de 1 año y 1 mes a 3 años. Un 15,6 por ciento del total, está de 5 años y 1 mes a 9 años en la organización, no muy alejado de este porcentaje, se encuentran las personas que solo cuentan con una antigüedad menor a 3 meses en la empresa con un 13,9 por ciento y las que pertenecen a la organización por el periodo de 3 años y 1 mes a 5 años con el 13,1 por ciento. Para finalizar, el menor porcentaje, 1,6 por ciento es el de mayor antigüedad, es decir de 9 años o más.

Tabla 4

Distribución de la muestra por el tipo de trabajo en la organización

Tipo de Trabajo	Nº de Participantes	Porcentaje
Consultora	104	85,2
Líder	18	14,8
Total	122	100,0

En los datos obtenidos en la tabla 4, se puede observar que de las 122 personas, 104 participantes equivalentes al 85,2 por ciento, son consultoras dentro de la empresa. Por otro lado, 18 personas equivalentes al 14,8 por ciento tienen el cargo de Líder dentro de la misma.

Tabla 5

Distribución de la muestra por principal fuente de ingreso

Principal fuente de ingreso	Nº de Participantes	Porcentaje
Si	43	35,2
No	79	64,8
Total	122	100,0

Los datos de la tabla 5, muestran que 43 personas es decir el 35,2 por ciento de los participantes consideran que la organización es su principal fuente de ingresos, en tanto que el 64,8 por ciento, es decir 79 personas no consideran que la organización sea su fuente principal de ingresos.

INSTRUMENTOS.

Se usaron dos instrumentos, el primero es el Cuestionario de Compromiso Organizacional elaborado por Meyer y Allen (1997), obtenido del libro “Commitment

al the workplace”, traducida y empleada en su versión Épsilon por Böhrnt (2015). El desarrollo de esta escala se basa en los principios de la escala de construcción esbozada por Jackson (1970) y fue descrita a detalle en Meyer y Allen (1991).

El mismo consta de 27 ítems y cuenta con una escala de tipo Likert 7, es decir que se tienen valores que van del número 1 al 7, siendo 1 “Muy en Desacuerdo” y 7 “Muy de Acuerdo”. Lo que se pretende medir con este instrumento es el nivel de Compromiso en sus tres componentes (Afectivo, Continuación y Normativo), las definiciones de estos 3 constructos fueron desarrolladas para un esbozo inicial sobre los ítems, posteriormente fueron administrados a muestras de hombres y mujeres trabajadores en varias ocupaciones y organizaciones

La confiabilidad de este instrumento fue probada en distintos contextos culturales por los métodos de Alfa de Cronbach y el de Partición de Mitades, obteniéndose coeficientes de 0.81 y 0.77 respectivamente (Meyer y Allen, 1997). En la presente aplicación se obtuvieron los siguientes índices Alfa de Cronbach: 0,697 para Compromiso Afectivo, 0,623 para Compromiso de Continuación y 0,637 para Compromiso Normativo, los cuales eran bajos aunque aceptables (Böhrnt, 2015).

El segundo Cuestionario es el de Contrato Psicológico, elaborado por Milward y Hopkins (1998) con 17 ítems, de los cuales 7 corresponden al tipo “Relacional” y 10 son de carácter “Transicional”. El mismo fue complementado con las dos escalas propuestas por Rousseau (2000) en donde se incluye el Contrato Psicológico Balanceado con 7 ítems y Transaccional con 6 ítems, obteniendo un total de 30 ítems, de igual forma se encuentra en una escala de tipo Likert 7. Esta escala esta traducida y adaptada al idioma español, algunas palabras fueron modificadas al contexto boliviano,

de modo que se dé una mejor comprensión de cada ítem. Adicionalmente se presentó una carátula donde se recogieron datos sociodemográficos y organizacionales de la muestra, además de las instrucciones y recomendaciones para el llenado adecuado de los cuestionarios.

Procedimiento de la investigación. Para el adecuado avance de la presente investigación se realizaron las siguientes fases:

Fase 1: Identificación de población que se investigará. En esta primera fase, se seleccionó la población que será investigada y se procedió al contacto con ella para la coordinación de las fechas de aplicación y los permisos correspondientes.

Fase 2: Aplicación de los instrumentos. Se realizó la aplicación de los dos instrumentos (Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico), en un primer momento se realizó la aplicación de los cuestionarios de manera presencial, pero debido a la cuarentena nacional se tuvo que realizar la aplicación de manera virtual al resto de la muestra, a través de la plataforma Google Forms, enviando un link del cuestionario a las consultoras, ya sea por Whatsapp o a sus correos electrónicos.

Fase 3: Vaciado de datos. En esta fase se procedió a la tabulación respectiva de los datos obtenidos para pasar a la siguiente fase. En la presente investigación se utilizó el programa Excel para el vaciado de datos, asimismo, se utilizó el programa SPSS para el análisis de datos y las tablas correspondientes.

Fase 4: Análisis y procesamiento de datos. Esta etapa correspondió a asociar y analizar los datos y la información obtenida a través de las variables sociodemográficas

de la población y los resultados de la aplicación de los cuestionarios de Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico.

Fase 5: Obtención de los resultados. En esta fase se procedió a redactar e interpretar los resultados obtenidos a lo largo de la presente investigación, además de sacar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

RESULTADOS

A continuación, se presenta la tabla con los resultados obtenidos a partir del índice de correlación Rho de Spearman entre las variables Compromiso Organizacional con sus 3 dimensiones y los 4 tipos de Contrato Psicológico.

Tabla 6

Correlación Rho de Spearman entre Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico

		1	2	3	4	5	6	7
1. CP Transaccional	Coeficiente correlación	1						
	Sig.(bilateral)	1						
2. CP Relacional	Coeficiente correlación	-0,002	1					
	Sig. (bilateral)	0,98	1					
3. CP Balanceado	Coeficiente correlación	-0,08	,850**	1				
	Sig. (bilateral)	0,382	0,00	1				
4. CP Transicional	Coeficiente correlación	,563**	-,453**	-,453**	1			
	Sig. (bilateral)	0,00	0,00	0,00	1			
5. CO Afectivo	Coeficiente correlación	0,158	,374**	,320**	0,062	1		
	Sig. (bilateral)	0,083	0,00	0,00	0,5	1		
6. CO de Continuación	Coeficiente correlación	,244**	,375**	,331**	0,072	,355**	1	
	Sig. (bilateral)	0,007	0,00	0,00	0,429	0,00	1	
7. CO Normativo	Coeficiente correlación	0,145	,421**	,350**	-0,01	,688**	,313**	1
	Sig. (bilateral)	0,111	0,00	0,00	0,874	0,00	0,00	1

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

La tabla 6, indica la correlación que existe entre los cuatro tipos de Contratos Psicológicos y los tres componentes del Compromiso Organizacional en la muestra. Se puede observar que los Contratos Psicológicos Relacional y Balanceado son los que presentan una mayor correlación con los tres componentes de Compromiso Organizacional.

El Contrato Psicológico Relacional, presenta una correlación altamente significativa con los tres componentes del Compromiso Organizacional, esta correlación es de 0. Esta correlación con el Compromiso Organizacional es positiva con un valor de 0,374** con respecto al Compromiso Organizacional Afectivo. De 0,375** con el Compromiso Organizacional de Continuación y 0,421** con el Compromiso Organizacional Normativo.

De igual forma, se observa que la correlación es altamente significativa en el Contrato Psicológico Balanceado, siendo ésta menor a 0,01, con las tres dimensiones de Compromiso Organizacional. La correlación es positiva con el Compromiso Organizacional Afectivo en un 0,320**, positiva con el de Continuación en un 0,331** y positiva en relación al Compromiso Normativo en un 0,350**.

En relación al tipo de Contrato Psicológico Transaccional, se pudo encontrar que tiene una correlación altamente significativa con el Compromiso de Continuación, con una significancia de 0,007, esta correlación es positiva en un 0,244**. En cambio, con los Compromisos Afectivo y Normativo no se encuentra una correlación significativa, siendo estos valores 0,083 y 0,1111, respectivamente.

En cuanto al Contrato Psicológico Transicional, no se halló una correlación significativa con ninguno de los componentes de Compromiso Organizacional.

Se procederá a describir los resultados obtenidos a partir de la aplicación y el análisis estadístico de los cuestionarios de Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico, además de la relación que estos tienen con las variables sociodemográficas y organizacionales.

Tabla 7

Compromiso Organizacional

	Compromiso Organizacional General		Compromiso Afectivo		Compromiso de Continuación		Compromiso Normativo	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	2	1,6	2	1,6	3	2,5	4	3,3
Medio Bajo	25	20,5	43	35,3	20	16,4	51	41,8
Medio Alto	90	73,8	75	61,5	87	71,3	65	53,3
Alto	5	4,1	2	1,6	12	9,8	2	1,6
Total	122	100	122	100	122	100	122	100

La tabla 7, indica que en cuanto al Compromiso Organizacional la mayor cantidad de la muestra se encuentra en la categoría Medio Alto con 90 personas, es decir un 73,8 por ciento del total. A continuación se encuentran en la categoría, Medio Bajo con un 20,5 por ciento, por último con un porcentaje mucho menor se encuentran las categorías Alto y Bajo con 4,1 por ciento y 1,6 por ciento respectivamente.

En cuanto a las dimensiones que componen el Compromiso Organizacional, la que obtuvo un mayor porcentaje en las categorías Medio Alto y Alto, es la de Compromiso de Continuación, con un 71,3 y 9,8 por ciento. Seguido a este porcentaje se encuentra el Compromiso Afectivo con un 61,5 por ciento en la categoría Medio Alto y con 1,6 por

ciento en grado Alto. Para finalizar tenemos el Compromiso Normativo, en donde se observa que el 53,3 por ciento pertenecen a la categoría Medio Alto y el 1,6 por ciento corresponden al grado Alto.

En relación al Compromiso Organizacional y las variables Sociodemográficas - Organizacionales, en las que se tuvo una relación significativa (menor a 0,05) en el estadístico Chi Cuadrado, indica que estas variables influyen en cuanto al nivel de Compromiso Organizacional, siendo éstas:

Edad: En la dimensión Afectiva, en un nivel Medio Alto, se encuentran las personas menores a 20 años con un 82,4 por ciento, por el contrario, en una categoría Medio Bajo, se encuentran las personas de más de 50 años con un 100 por ciento. En cuanto a la dimensión De Continuación, en la categoría Medio Alto, están las personas de 40 a 49 años con un 86,7 por ciento, por otro lado, las personas mayores a 50 años con un 100 por ciento se encuentran en la categoría Medio Bajo. Finalmente, en la dimensión Normativa, igualmente se puede observar que la muestra de 40 a 49 años presenta un nivel Medio Alto de este Compromiso con un 66,7 por ciento, mientras que las personas con más de 50 años están en la categoría Medio Bajo con un 50 por ciento.

Tipo de Trabajo: Tanto en la dimensión Afectiva, como en la Normativa, las Lideres fueron las que presentaron niveles más altos de Compromiso, encontrándose en la categoría Medio Alto en ambos casos con porcentajes de 94,4 por ciento y 88,9 por ciento respectivamente.

Principal fuente de ingreso: En la dimensión Afectiva con un 88,4 por ciento y Normativa con un 72,1 por ciento se encuentran las personas que consideran que la

venta de productos en la organización es su principal fuente de empleo, en la categoría Medio Alto.

Apertura a otras líneas de venta: En la categoría Medio Alto, se encuentran las personas que tienen una apertura Baja a otras líneas, es decir que solo trabajan con la organización, esto se observó con un 64,1 por ciento, en la dimensión Normativa del Compromiso.

A continuación se expondrán los resultados obtenidos acerca de los 4 tipos de Contrato Psicológico: Transaccional, Relacional, Transicional y Balanceado:

Tabla 8

Contrato Psicológico

	Contrato Psicológico Transaccional		Contrato Psicológico Relacional		Contrato Psicológico Balanceado		Contrato Psicológico Transicional	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	2	1,6	1	0,8	3	2,5	19	15,5
Medio Bajo	14	11,5	12	9,8	15	12,3	49	40,2
Medio Alto	95	77,9	56	45,9	60	49,1	51	41,8
Alto	11	9,0	53	43,5	44	36,1	3	2,5
Total	122	100	122	100	122	100	122	100

En la Tabla 8, se puede observar que dentro de los 4 tipos de Contrato Psicológico, el que obtuvo un mayor porcentaje en la categoría Alto, es el Contrato Relacional, con un 43,5 por ciento. Seguido a este porcentaje se encuentra el Contrato Balanceado con un 36,1 por ciento en la categoría Alto. A continuación en la categoría Alto, podemos identificar al Contrato Psicológico Transaccional con un porcentaje de 9,0 por ciento y para finalizar tenemos el Contrato Transicional, en donde se observa que el 2,5 por ciento pertenece a la categoría Alto.

En relación al Contrato Psicológico y las variables Sociodemográficas - Organizacionales, en las que se tuvo una relación significativa (menor a 0, 05) del estadístico Chi Cuadrado, indica que estas variables influyen en la variable Contrato Psicológico, siendo éstas:

Género: En cuanto a los tipos de Contrato Transaccional y Transicional, el género masculino obtuvo mayores puntajes, encontrándose en una categoría Medio Alta con los porcentajes de 100 por ciento y 52,2 por ciento respectivamente. Al contrario, el género femenino presentó mayores niveles de Contrato Balanceado con un 41,4 por ciento en la categoría Alta y en el Contrato Relacional con un 17,4 por ciento igualmente en la categoría Alta.

Edad: El tipo de Contrato predominante en personas menores a 20 años es el Balanceado, ya que se encuentran en la categoría Medio Alta con un 82, 4 por ciento. Por otro lado, las personas mayores a 50 años presentan un mayor nivel de Contrato Transicional con un 100 por ciento del total en una categoría Medio Alta.

Antigüedad en la organización: En relación al Contrato Balanceado, el mayor porcentaje es de personas con 3 a 5 años de antigüedad en la organización, esto con un 56,2 por ciento en la categoría Alta. El contrato Transicional es mayor en personas con una antigüedad de 3 meses a 1 año con un 50 por ciento del total en el nivel Medio Alto.

Tipo de Trabajo: Los líderes de la organización se presentan en un nivel Alto de Contrato Relacional (88,9 por ciento) y Balanceado (94,4 por ciento), a diferencia de los Consultores de la organización que cuentan con un nivel Alto y Medio Alto en los Contratos Transaccional con 9,6 por ciento y Transicional con un 48, 0 por ciento.

Principal fuente de ingresos: Las personas que consideran que la organización es su principal fuente de empleo, se encuentran en un nivel Alto con un 55,8 por ciento de Contrato Balanceado. Por otro lado, las personas que cuentan con un nivel Medio Alto de Contrato Transicional, son las que no consideran que ésta sea la principal fuente de ingresos con un 49,4 por ciento.

Apertura a otras líneas de venta: En una categoría Alta de Contrato Psicológico Balanceado, se encuentran las personas que presentan una Baja Apertura a trabajar con otras líneas, esto con un porcentaje de 55,8 por ciento. Al contrario, con un Alto nivel de Contrato Psicológico Transicional, está la población que posee una Alta Apertura, es decir que si trabajaría o trabaja con otras líneas de venta, esto se observa con un 55,3 por ciento.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos, demuestran que el tipo de Contrato que posee una correlación altamente significativa con las 3 dimensiones de Compromiso Organizacional, es el de Relación. Este resultado, fue observado también en la investigación de Richard, McMillanCapehart, Bhuian y Taylor (2009), llegando a la conclusión de que este tipo de Contrato permitía que los empleados se involucren más con la organización y sean leales a ella, cuando ocurre esto, el personal se muestra comprometido, brindando su confianza a la organización.

Que este tipo de contrato sea el que predomine en esta población, posiblemente se deba al hecho de que la mayor parte de la muestra son mujeres que no sólo se dedican a la venta de productos por catálogo y que pueden disponer de su tiempo de la mejor manera

y de igual forma generar ingresos económicos, además de la oportunidad que les da la organización de capacitarse constantemente y ser apoyadas por sus distintos programas de responsabilidad social en los que se busca empoderar a la mujer boliviana.

El tipo de Contrato Balanceado, al igual que el anterior, posee una correlación que es altamente significativa con todos los componentes de Compromiso Organizacional, mostrando así que se da lugar a una continuidad en la relación laboral, con expectativas a largo plazo y confianza mutua, el empleado y el empleador saben que el éxito de la empresa está en contribuir con el aprendizaje y desarrollo del uno y del otro. Esto se pudo observar en la capacidad de adaptación que tiene este tipo de personal, ya que si bien estamos atravesando una pandemia mundial, tanto la organización como los consultores lograron adaptarse al uso de catálogos virtuales y demás herramientas digitales de apoyo, que fueron brindadas por la empresa.

El tipo de Contrato que no cuenta con una correlación significativa en cuanto al Compromiso Organizacional es el Transicional, esto podría deberse a que las reestructuraciones dentro de la organización no afectan, ni generan incertidumbre en el personal de ventas ya que no cuentan con un contrato de dependencia con la empresa.

Por otro lado el Contrato Transaccional tiene relación significativa con el Compromiso Organizacional de Continuación, este sería un nivel de compromiso muy bajo, basado en lo que perdería el individuo si no se comprometiera, además de estar centrado en el intercambio económico (González y Guillén, 2008).

Se puede concluir que el Compromiso Organizacional según el modelo de Meyer y Allen (1991), se presenta en niveles medio altos en la organización investigada. De los

3 componentes de este constructo, el que se encuentra con mayor porcentaje en la muestra es el de Continuación, seguido por el Afectivo.

Lo que quiere decir que la población está vinculada con la organización por un componente de conveniencia, por lo que se limitarían a cumplir con lo estrictamente necesario, además se puede observar elevados niveles de rotación o intención de abandono si es que encontraran condiciones de trabajo similares a las que ya mantienen (Ruiz, 2013). Debido a las características de la población se comprende que esta sea la dimensión de compromiso con mayor porcentaje, ya que la mayoría de las consultoras cobran en función exclusiva a sus resultados y en muchas ocasiones pueden optar por realizar el monto mínimo de venta, ya sea por ganar el premio que obtienen por cada pedido o por no perder los beneficios de venta continua.

En cuanto a la dimensión afectiva, la población muestra que de igual forma tiene sentimientos de pertenencia hacia la organización y se sienten orgullosos de ser parte de ella. Esto puede deberse a que los colaboradores reciben constantemente el mensaje de que son lo más valioso e incluso el pilar fundamental de la organización, valorando así los aportes que ellos hacen, esto crea un vínculo emocional entre el personal de venta y la empresa. Además se debe considerar que al ser una empresa de venta de productos de belleza, muchos de los consultores comienzan siendo consumidores, por tanto, existe algún grado de lealtad a la marca y al producto, constituyéndose en el primer enlace afectivo que el consultor tiene con la empresa.

Entre las actividades que la organización realiza para fomentar el compromiso del personal, se pueden mencionar las siguientes:

- Reuniones mensuales en las que convive el personal de ventas, se realizan sorteos, explicaciones acerca de las novedades, además de la conmemoración de festividades importantes y el reconocimiento a los vendedores “estrella”.

- Regalos por primeros pedidos y por recomendar la organización a personas externas.

- Descuentos exclusivos para el personal de ventas.

- Acumulación de puntaje al conseguir montos altos de venta, estos son canjeados por viajes o premios de gran valor monetario.

- En festividades especiales se realizan agasajos con comida especial, animadores y diferentes artistas reconocidos.

- Programas de inversión social que fortalecen el liderazgo y la capacidad emprendedora del personal.

- Capacitación constante para aumentar ventas, además de nuevas estrategias, sobre todo en el tiempo de cuarentena, la organización recurrentemente instruyó a las consultoras para poder utilizar catálogos virtuales y también el ingreso de sus pedidos de manera digital, además de maquilladores virtuales, entre otros para el éxito de su negocio.

En cuanto a la edad, se puede observar que esta variable, obtuvo significaciones altas en relación a los 3 componentes de Compromiso Organizacional. Los resultados indican que el grupo de edad que cuenta con un mayor nivel de Compromiso de Continuación y

Normativo, son las personas que se encuentran entre los 40 y 49 años, siendo este el segundo grupo de mayor edad en la muestra.

Se encontró similitud con el estudio de Brimeyer, Perrucci y MacDermidWadsworth (2010) en donde analizaron la relación de la edad y el nivel de Compromiso Organizacional, y los resultados reflejaron que los empleados con mayor edad, sin importar su antigüedad en la organización, indicaban estar más comprometidos que los más jóvenes. Mientras mayores son las personas, procurarán con mayor interés mantener una fuente de trabajo estable, ya que ven reducidas sus posibilidades de encontrar otro empleo o sienten temor a perder los beneficios acumulados a lo largo de los años en la organización.

Respecto a la dimensión Afectiva, en cambio se vio que las edades en las que se presentó un mayor porcentaje es en la más joven, es decir menores a 20 años, debido a que la mayor parte de esta población cuenta con este como su único trabajo, paralelamente al estudio, se pueden formar estos lazos emocionales con la organización al percibir la satisfacción de sus necesidades (Chiang, Gomez y Wackerling, 2016), además del componente de lealtad hacia la marca antes mencionado.

En relación a los resultados obtenidos en cuanto a la antigüedad en la organización y Compromiso Organizacional, estos muestran que el rango de antigüedad que presenta un mayor Compromiso Afectivo, es el de 9 años a más, por lo que se podría decir que en este tipo de colabores se genera un mayor deseo de permanecer a través de los años, el mismo resultado se observa con el estudio de Loli (2006), en el cual encontró que los empleados de una universidad con una antigüedad entre 10 y 20 años desarrollaron mayor Compromiso en comparación con quienes tenían menor antigüedad. Ng y

Feldman (2011), también obtuvieron resultados que demostraron que a mayor antigüedad es más alto el compromiso.

En la dimensión de Continuación, las personas con 1 año y 1 mes a 3 años, son los que tienen un mayor porcentaje, esto quiere decir que este tipo de colaboradores, están comprometidos debido al costo que tendría dejar el empleo, por lo que el vínculo es de conveniencia. En cuanto a la dimensión Normativa, la antigüedad con mayor porcentaje es la de 5 años y 1 mes a 9 años, debido a que se encuentran una gran cantidad de años en la organización, el trabajador desarrolla un fuerte sentimiento de permanencia y una sensación de deuda hacia ella, por lo que siguen en la empresa en forma de reconocimiento.

Los resultados obtenidos en Compromiso Organizacional y Tipo de trabajo, exponen que los líderes, cuenta con niveles mayores de Compromiso en sus 3 dimensiones que los consultores, es decir el personal de ventas. Los tipos de contrato en los que se obtuvo una significación alta, son el afectivo y el normativo.

El compromiso normativo refleja un sentimiento de obligación de continuar en el empleo, los líderes cuentan con capacitación y premiación constante por parte de la organización, además de un salario fijo, a diferencia de los consultores, lo que podría generar que busquen retribuir este aspecto como una forma de reconocimiento hacia ella. Los trabajadores, con un alto nivel de este compromiso, sienten que deberían quedarse; y, en el compromiso afectivo se refleja el apego emocional de los líderes ('la identificación con') y la participación en la organización. Los colaboradores con un fuerte compromiso afectivo continúan su relación laboral porque quieren hacerlo.

En relación al Compromiso Organizacional y la organización como principal fuente de ingreso observamos diferencias en cuanto a los tres componentes, pero en el que se demostró que hay una alta significación es en el componente afectivo. En cuanto a la dimensión afectiva, las personas que consideran que es su principal fuente de ingresos, tienen un mayor porcentaje de este componente, al ser esta la principal actividad económica que poseen, los colaboradores se muestran deseosos de hacer esfuerzos adicionales en su desempeño (Meyer y Allen, 1991). Este elemento puede considerarse como la fuerza con la que un individuo se siente identificado y vinculado a una organización, orgulloso de pertenecer, emocionalmente ligado y que deriva en la adhesión a un curso de acción relevante para la organización.

Finalmente, en relación a la apertura hacia otras líneas de venta, se observa que el Compromiso Organizacional es mayor en sus dimensiones Afectiva y Normativa, cuando presentan una apertura baja hacia otras líneas de venta que no sean de la organización. Esta variable es muy importante ya que una de las características de la población es que no sólo trabajan con una organización, al ser personal de venta trabajan con muchas empresas de distribución de cosméticos. A diferencia de estas dimensiones, se encuentra la de Continuación, en el personal que tiene una alta apertura hacia otras líneas de venta, es decir que no solo trabaja con esta organización sino con otras que tienen el mismo modo de trabajo, ya que son condiciones de trabajo similares, donde el colaborador pertenece por conveniencia.

La dimensión que es significativa con esta variable es la Normativa, al no trabajar con otras líneas de venta, el colaborador posee esta obligación moral de permanecer, está

“determinado” a contribuir a los fines de la organización y desarrolla la firme determinación de ser leal, por lo que hay un deber moral (Hurtado, 2017).

Con el propósito de responder al siguiente objetivo: Determinar el tipo de Contrato Psicológico: Transaccional, Transicional, Balanceado o Relacional, que es predominante en el personal de ventas, a partir del análisis de los resultados se concluye que es el Relacional. Esto indica que en la población investigada y la organización se crea un acuerdo entre las dos partes para establecer y mantener una relación que implique una inversión tanto por parte de los colaboradores como por parte de la organización.

A continuación, también se puede observar un nivel alto en cuanto al Contrato Psicológico Balanceado, lo que demuestra que la relación entre el personal investigado y la organización se centra en acuerdos que combinan compromisos por parte del empleador para desarrollar a los trabajadores, y también hay un compromiso por parte de los empleados a esforzarse para adaptarse a los cambios, sabiendo que el éxito está en contribuir con el aprendizaje y desarrollo mutuo.

El tipo de Contrato Psicológico que se encuentra en menor porcentaje es el Transicional, por lo que se puede decir que los colaboradores no sienten que se encuentren en una situación de incertidumbre o inestable en cuanto a la organización, existe claridad de permanencia y de las condiciones laborales que la organización les ofrece a este tipo de personal.

En lo que respecta a la relación entre los tipos de Contrato Psicológico y las variables sociodemográficas y organizacionales, se observó lo siguiente:

Los resultados obtenidos en cuanto a la variable género y Contrato Psicológico, demuestran que la relación entre ellas es altamente significativa, de igual forma se observa que en los tipos de Contrato, en los que el género que predomina es el femenino, son en el Relacional y el Balanceado, en cambio los Contratos Transaccional y Transicional, están presentes en el género masculino, esto podría relacionarse con el hecho de que la empresa está creada para retener a una cantidad mayor de mujeres, siendo además su principal segmento de mercado; mientras que en los hombres, la relación se centra en intercambio de dinero y no se involucran necesariamente con la empresa y el tipo de productos que comercializa.

En cuanto a las edades, de acuerdo a lo analizado, se obtiene que los Contratos Balanceado y Transicional sí presentan una significación alta, por lo que se concluye que en cuanto al primero, las personas jóvenes, menores a 20 años desarrollan continuidad en la relacional laboral y en relación al Contrato Transicional, en las personas mayores de 50 años, se podría observar una ausencia de compromiso en futuras relaciones laborales, ya que existe incertidumbre. Existen investigaciones que establecen que un empleado más joven posee expectativas distintas a las de un colaborador con mayor edad, esto reafirma que el Contrato Psicológico es dinámico y que se va modificando a partir de las experiencias en la vida organizacional (Böhrt, Solares y Romero, 2014).

En la relación entre el Contrato Psicológico y la antigüedad en la organización, se puede identificar que el Contrato Psicológico Balanceado, las personas que se encuentran trabajando en la organización por 3 años 1 mes a 5 años, son las que demuestran mayor inclinación hacia este tipo. Al contrario, en las personas que se encuentran trabajando

por menos tiempo, específicamente de 3 meses a 1 año, hay una mayor incidencia de Contrato Transicional, esto se debe a que el Contrato Psicológico evoluciona en el tiempo y la antigüedad tendrá incidencia sobre este constructo, al encontrarse trabajando por más años, donde reduce la incertidumbre de permanencia.

Según el tipo de trabajo que desempeñen en la organización, se observa que las que realizan las funciones de consultoras, tienen mayor porcentaje en cuanto a los tipos de Contrato Transaccional y Transicional, lo que quiere decir que el personal de ventas tiene inestabilidad y alta rotación en comparación a las líderes de la organización, en las que predominan el tipo de Contrato Relacional y Balanceado, este tipo de población cuenta con capacitaciones, desarrollo, salarios estables y empleos a largo plazo, lo que genera soporte mutuo e integración entre los colaboradores y la organización. Esta variable de tipo de trabajo es altamente significativa en relación a los tipos de Contrato.

De acuerdo a los resultados obtenidos, entre los tipos de Contrato Psicológico y si la organización es su principal fuente de ingresos, se podría concluir que los que sí consideran que la organización es la principal actividad laboral que tienen, poseen mayores niveles de Contrato Balanceado, esto podría deberse a que es su única fuente laboral y deben cuidarla por lo que crean relaciones laborales orientadas a la continuidad. En cambio, los colaboradores que no consideran a la organización como su fuente principal de ingresos, tienden a presentar con mayor intensidad el tipo de Contrato Transicional, esto genera que no exista claridad de permanencia en el empleo.

Los resultados, indican que en cuanto a la apertura hacia otras líneas de venta y los tipos de Contrato Psicológico, las personas que demuestran una apertura baja hacia éstas, presentan un mayor nivel de Contrato Relacional, siendo esta una variable significativa

respecto a ese Contrato, se concluye que al no trabajar con otras líneas de venta, es que se forma un compromiso para adaptarse en tiempos de cambio y hay una cultura orientada al aprendizaje (Martínez, 2018).

Por otro lado, en cuanto a los que tienen una apertura alta hacia otras líneas de venta, el Contrato que está presente es el Transicional, lo que puede deberse a que no existen acuerdos recíprocos entre empleador – empleado, aspecto que generaría desconfianza.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES.

Debido a la actual emergencia sanitaria derivada del COVID-19 que se atraviesa mundialmente, se tuvo que frenar la aplicación presencial de los cuestionarios de Compromiso Organizacional y de Contrato Psicológico y dar pie a la aplicación virtual a distancia, a través de los formularios de Google, recogiendo así las respuestas de los colaboradores de la muestra en redes sociales, como ser: Whatsapp, Facebook o correo electrónico. Este fue un factor limitante ya que no se alcanzó el número de respuestas que se tenía pensado en el inicio de la investigación, disminuyendo así la cantidad de población de la muestra.

Al no contar con una mayor muestra, algunas variables sociodemográficas como el número de hijos o estado civil no pudieron ser adecuadamente estudiadas, debido a que casi ninguna de las personas que respondieron los cuestionarios tenía hijos o la mayoría se encontraba soltera.

En cuanto a las recomendaciones para investigaciones futuras que tengan objetivos similares, se puede mencionar que lo ideal sería trabajar con un cuestionario elaborado

específicamente para el personal de venta, ya que al ser una población que tiene características muy especiales, necesita una herramienta de medición especializada.

Por otro lado se recomienda realizar la investigación de esta población con una muestra más grande de personas, de esa manera se podrá tener una mayor riqueza en cuanto al cruce de variables sociodemográficas u organizacionales, además de poder realizar comparaciones entre grupos, por lo que se podrán obtener datos más precisos y que aporten a la línea de investigación.

Al ser este un tema bastante actual, debido a que todas las organizaciones se preocupan tanto por retener el capital humano, como por su crecimiento personal y profesional, se debería aprovechar e investigar distintas poblaciones laborales, esto será de gran beneficio para la persona que realice el trabajo de análisis e investigación como para la empresa, ya que dará pautas de cuán comprometido se encuentra su personal.

REFERENCIAS

- Barriga, F. (2017). *Compromiso organizacional y contrato psicológico en una organización sin fines de lucro*. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Boliviana “San Pablo” La Paz, Bolivia.
- Böhrt, R. (2015). *Influencia del Índice LMX y la Satisfacción Laboral sobre el Compromiso en la Organización*. Tesis doctoral. Universidad de Granada. Granada, España.
- Böhrt, R., Solares, L. & Romero, C. (2014). *Evolución del contrato psicológico y el compromiso organizacional con la edad y la antigüedad*. Ajayu Órgano de Difusión

Científica del Departamento de Psicología UCBSP, 12(1), 3363. Recuperado en 25
de agosto de 2020, de
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S207721612014000100
003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S20772161201400010003&lng=es&tlng=es).

Brimeyer, T., Perrucci, R. y MacDermidWadsworth, S. (2010). *Age, Tenure, Resources
for Control, and Organizational Commitment*. *Social Science Quarterly*, 91(2),
511530.

Brooke, P., Russell, D. y Price, J. (1988): “*Discriminant validation of measures of Job
Satisfaction, Job Involvement, and Organizational Commitment*”. *Journal of Applied
Psychology*, Vol.73, Nº 2, pág. 139-145.

Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Bogotá:
biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2.

Chiang, M., Gómez, N. y Wackerling, L. (2016). *Compromiso organizacional del
funcionario municipal rural de la Provincia de Nuble, Chile*. *Ciencia &
trabajo*, 18(56), 134138.

Claire, M. y Böhr, R. (2004). *Tres dimensiones del compromiso organizacional:
identificación, membresía y lealtad*. Ajayu Órgano de Difusión Científica del
Departamento de Psicología UCBSP, 2(1), 7783. Recuperado el 18 de septiembre de
2019, de
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S207721612004000100
008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S20772161200400010008&lng=es&tlng=es).

Cohen, A. y Lowenberg, G. (1990): “*A re-examination of the Side-Bet theory as applied to Organizational Commitment: a meta-analysis*”. Human Relations, Vol. 43, Nº 10, pág. 1.015-1.050.

Díaz, S. (2011). *Compromiso organizacional en enfermeras de cuatro hospitales basado en el modelo de Meyer y Allen*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Boliviana “San Pablo” La Paz, Bolivia.

Fernández, E. (2018). *Compromiso Organizacional y Contrato Psicológico en una Organización de seguridad Social a Corto Plazo*. Tesis de licenciatura, Universidad Católica Boliviana “San Pablo” La Paz, Bolivia.

González, R. (2005). *Creando valor con la gente*. México. Norma.

González, T. y Guillén, M. (2008): “*Organizational Commitment: a proposal for a wider ethical conceptualization of normative commitment*”, Journal of Business Ethics, vol.78, nº 3, pp. 401-414.

Guest, D. (1998). *Is the psychological contracts worth taking seriously?*. Journal of Organizational Behavior, 19, 649-664

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill

- Hurtado, M. (2017). *Bases conceptuales del compromiso organizacional*. Una visión de implicación, según Meyer y Allen, y su medición en dos empresas del sector retail de Piura.
- Larrea, P. (2017). *Compromiso organizacional y apoyo organizacional percibido, en una organización de servicios profesionales*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". La Paz, Bolivia.
- 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.
- Martínez, E. (2018). *Contrato psicológico en empleados mexicanos: Creencias de obligaciones relacionales y transaccionales*. Acta de investigación psicológica, 8(2),5969. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.22201/fpsi.20074719e.2018.2.05>
- Meyer, J. y Allen, N. (1997). *Commitment in the workplace. Theory, research and application*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Meyer, J. y Allen, N. (1991). *A threecomponent conceptualization of organizational commitment*. Human Resource Management Review, 1(1), 6189.
- Millward, L. y Hopkins, J. (1998). *Psychological contracts, organizational and job commitment*. Journal of Applied Social Psychology, 28, 15301556.
- Montoya, C., Boyero, M. (2016). *Recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional*. Revista Científica "Visión de

Futuro”, Vol. 20 (2), pp120. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>

Morrow, P. (1993): *The theory and measurement of work commitment*. Jai Press Inc.
Greenwich, Connecticut.

Mowday, R., Steers, R. y Porter, L. (1979): “*The measurement of Organizational
Commitment*”. *Journal of Vocational Behavior*, Nº 14, pág. 224-247.

Ng, T. y Feldman, D. (2011). Affective organizational commitment and citizenship
behavior: Linear and nonlinear moderating effects of organizational tenure. *Journal
of Vocational Behaviour*, 79, 528-537.

Ortíz, J., Rendón, M. y Atehortúa, J. (2012). *Score de competencias: cómo transformar
el modelo de competencias de su empresa en un sistema de "Score" asociado a los
procesos clave de su negocio*. Madrid: Palibrio.

Oviedo, T., Santa, V. y Arias, B. (2014). *Caracterización del contrato psicológico de
empleados de dos generaciones en una organización del sector bancario*. Cuadernos
de Administración, 30(51), 8088.

Pereira, F. (2014). *Compromiso y comportamiento ciudadano organizacional en un
sistema de servicios financieros de la ciudad de La Paz*. Tesis de Licenciatura.
Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. La Paz, Bolivia.

Richard, O., McMillanCapehart, A., Bhuian, S., y Taylor, E. (2009). *Antecedents and
consequences of psychological contracts: Does organizational culture really
matter?*. *Journal of Business Research*, 62, 818-825.

- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson educación.
- Rousseau, D. (2000). *Inventario de contrato psicológico: técnico informe*. Carnegie Mellon University. Pittsburgh,EE.UU.
- Rousseau, D. (1990). *New hire perceptions of their own and their employer's obligations: A study of psychological contracts*. Journal of Organizational Behavior, 11(1), 389-400.
- Ruelas. R. (2013). *Relaciones entre compromiso organizacional, calidad de liderazgo y clima de comunicación en una empresa de servicios financieros*. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Boliviana “San Pablo” La Paz, Bolivia.
- Ruiz, J. (2013). *El compromiso organizacional: un valor personal y empresarial en el marketing interno*. Revista de Estudios empresariales. Segunda época, 1(2013), 6786.
- Sánchez, L. (2015). *Compromiso organizacional en docentes de una universidad privada*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. La Paz, Bolivia.
- Scharager, J. y Reyes, P. (2001). *Muestreo no probabilístico. Metodología de la investigación para las ciencias sociales*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile.
- Torres, C., Santa, V. y Bonilla, J. (2014). *Caracterización del contrato psicológico de empleados de dos generaciones en una organización del sector bancario*. Cuadernos de Administración (Universidad del Valle), 30(51), 8088. Recuperado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttextpid=S012046452014000100009&lng=en&tlng=es.

Vargas, S. (2016). *Plan de negocio estratégico para incrementar las ventas de las consultoras de la marca Belcorp del cantón duran*. Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil. Guayaquil, Ecuador.

Zaccaro, S. y Dobbins, G. (1989): “*Contrasting group and organizational commitment: evidence for differences among multinivel attachments*”. *Journal of Organizational Behavior*. Vol. 10, pág. 267-273.

Recibido: 24/11/2020

Aceptado: 22/01/2021

NO EXISTEN CONFLICTOS DE INTERÉS