

El compromiso organizacional en los agronegocios

*Javier Eduardo Vega Martínez
María del Carmen Martínez Serna
María del Carmen Bautista Sánchez*

Resumen

A nivel nacional e internacional, el sector agronegocios presenta mayor relevancia en el planeta dado la necesidad actual de lograr la sustentabilidad alimentaria, se hace por ello necesaria una gestión más eficiente de sus recursos, humanos, económicos y materiales. El presente estudio describe los resultados de un trabajo de campo realizado a 347 pequeñas y medianas empresas del sector de agronegocios a tres estados del bajío de la república mexicana a fin de explorar la implementación de estrategias de compromiso organizacional en ellas, los resultados a través de ANOVAS indican que hace falta implementar acciones para lograr que incrementen el compromiso organizacional a fin de lograr un mayor aprendizaje e innovación en las empresas que apoyen a mejorar su desempeño.

Palabras clave: compromiso organizacional, pequeña y mediana empresa, agronegocios.

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas en México requieren utilizar capacidades dinámicas para desarrollar una orientación emprendedora que les permita innovar y mejorar su desempeño (Valdez-Juárez et al., 2019), sin embargo, está claro que existen barreras que impiden que se puedan obtener dichas capacidades, es por ello la relevancia de ir evolucionando en los sistemas de gestión de ellas. Encontrar cuáles estrategias inciden en cambios en la pequeña y mediana empresa que signifiquen una mejor estructura y capacidades necesarias para enfrentar los cambios que se presenten en el entorno es algo crucial para permanecer en el mercado; sobre todo, en entornos dinámicos como son los de los agronegocios, que en las últimas décadas ha enfrentado problemáticas diversas, identificando al recurso humano como uno de los factores internos que inciden en la competitividad empresarial sustentable (Pérez, 2018).

El Compromiso Organizacional (CO) ha resultado un elemento que se considera importante para ser analizado dentro de las empresas como al exterior de estas, para encauzar estrategias que les permitan ser más competitivas (Ibrada, Mulyani, Winarningsih y Farida, 2022; Brimhall, 2019).

El recurso humano en la empresa obtiene un aprendizaje individual que es necesario que se convierta en aprendizaje colectivo y a partir de ello surja el conocimiento que genere ideas creativas e innovadoras. Existe desde luego una diferencia entre los sectores y los contextos empresariales en los que participan, donde es necesario explorar para entender el ambiente en el cual se está participando y las decisiones de gestión que será necesario desarrollar para apoyo de estos sectores.

En este estudio se presenta la situación de la pequeña y mediana empresa en cuanto al compromiso organizacional en la zona bajío de la república mexicana, resaltando en una muestra de pymes del sector de agronegocios las diferencias significativas en lo que respecta el uso de estrategias de esta capacidad dentro de la empresa. También el lector encontrará las diferencias que existen del uso de la gestión en la consecución del compromiso organizacional entre dos tipos de estructuras de pymes de agronegocios como los son las pymes fa-

miliares y no familiares, que permite entender qué acciones están más desarrolladas en ambos grupos y poder emprender estrategias para su mejora.

Revisión de la literatura

Se ha definido en la literatura al Compromiso Organizacional como un estado psicológico que existe en una relación entre un individuo y una organización (Meyer y Allen, 1991) y cómo es la decisión en cuanto a su continuidad en la firma o dejar de trabajar en ella.

El término de CO permite medir el comportamiento de un individuo en grupos organizados, a diferencia con el compromiso de los empleados o la satisfacción laboral, así como otros temas teóricos que se han evaluado en este sentido (Giaque y Varone, 2019).

El CO se entiende como un conjunto de compromisos con varios grupos que comprenden la organización, los enfoques van relacionados con las organizaciones que compiten por las energías, identificaciones y compromisos del individuo (Reichers, 1985); el CO se apoya en el compromiso de la alta dirección, y por parte del compromiso de los empleados, lo que hace posible proporcionar una mejora en el desempeño de la empresa (Tarigan, 2018).

El CO es una situación en la que un trabajador se pone del lado de una organización en particular, y ambas partes tienen la misma sinergia para lograr la orientación a objetivos, esforzarse por lograr los objetivos que se han especificado previamente (Robbins y Judge, 2015).

Uno de los principales problemas que explica por qué los empleados no están comprometidos con la organización se debe a la ausencia de estar involucrado con la firma, la ausencia de estimulación para trabajar en la firma y cambio continuo en empresas en las que trabaja. Bravo y Cassano (2019) plantean un modelo que consta en realizar actividades de integración para aumentar el CO, y de esta manera se puedan lograr los objetivos de la empresa. Asimismo, se ha relacionado al CO en el ámbito afectivo, al costo que percibe el trabajador en dejar la empresa con el de estar comprometidos con continuar en ella (Soberanes y De la Fuente, 2009).

Existen estudios que señalan que el desarrollar el CO tiene un impacto en la obtención de mejores resultados organizacionales e individuales (García-Tenorio, Sánchez y Pérez, 2014). El compromiso asociado con la organización

muestra que una cultura en la que se manifiesta la capacidad de una comunidad para perseguir objetivos compartidos (solidaridad) y una interacción social (sociabilidad) hace que todas las partes involucradas se vean beneficiadas (Jain, 2015). Según O'Malley (2000, citado por García-Tenorio et al., 2014) los efectos del compromiso con la organización se ven proyectados en el nivel de rotación y satisfacción del recurso humano y el buen funcionamiento de la organización.

Por su parte, Meyer et al. (2004) propuso un modelo integrado de compromiso y motivación en el que consideran paralelos los componentes del compromiso y los estados motivacionales.

De acuerdo con Jaramillo, Mulki y Marshall (2005) existe una relación positiva entre el CO y el desempeño de los trabajadores, con una mayor influencia en trabajadores relacionados con varias actividades, destacando la actividad de venta.

El mejorar el clima organizacional puede optimizar el CO, al crear un entorno positivo y atractivo para los trabajadores con el fin de aumentar su motivación de continuar en la empresa (compromiso de continuidad), tratar de alcanzar las metas organizacionales (compromiso normativo) y crear apego emocional en la organización (compromiso afectivo) (Bahrami, Barati, Ghoghchian, Montazer-Alfaraj y Ezzatabadi, 2016). Un clima solidario tiene un interés sincero en el bienestar de los empleados en la organización, sirve como predictor de una gama de resultados organizacionales como la satisfacción, el desempeño laboral y el CO de los empleados. Resulta necesario entonces plantear diferentes estrategias para mejorar la percepción del clima dentro de la empresa (Fu y Deshpande, 2014).

El CO tiene un buen efecto en la continuidad de los miembros de las organizaciones en sus empleos (Bouarif, 2015). Las estrategias de las empresas pueden ser orientadas al *marketing* interno donde se especifica la preocupación comercial de sus trabajadores y de sus necesidades, brindándoles atención justa y equitativa, lo que a su vez logra que los empleados tengan un sentido de compromiso con la organización (Moreira, Hidalgo, Loor y González, 2020).

Se identifica que las empresas que generan estrategias para el incremento del CO en su empresa logran generar un vínculo positivo y altamente significativo entre el empleado y la organización. En este sentido, Nabipour, ZainallyPour y Rahmani (2014), encuentran que la “salud organizacional” se refiere

a un lugar de trabajo agradable para los empleados que influye en el CO en el sentido de tener un apego emocional relativamente alto a su organización.

El concepto de CO involucra el conocer hasta qué punto una empresa tiene un compromiso por parte de la alta dirección y de los empleados que influya de forma positiva el desempeño de la empresa (Tarigan, 2018). El CO puede ser medido mediante tres dimensiones, las cuales han sido conceptualizados por Meyer y Allen (1991), compromiso afectivo, normativo y de continuidad.

De acuerdo con Farnese y Livi (2015), el compromiso afectivo es un sentimiento que influye en un grupo de miembros y esto hace que se sientan identificados con su organización. Un empleado que se siente parte de la organización disfruta su trabajo debido a la congruencia de valores individuales y organizacionales (Messner, 2017). Implica la plena admisión de las metas de la empresa (Vandenberghe, Mignonac y Manville, 2015). Por su parte, Meyer y Allen (1991) explican que se trata del apego emocional a la empresa. El compromiso afectivo aumenta cuando los que pertenecen a la organización se sienten valorados y pueden expresar sus ideas y opiniones (Brimhall, 2019). Al momento de que los directivos perciben que sus empleados están comprometidos afectivamente con la organización, se crea un vínculo de confianza en ellos y permite beneficios como la mejora en la capacidad de aprendizaje (García-Cruz, Real Y Roldán, 2018).

Por otro lado, el compromiso de continuidad se considera el compromiso de permanecer con la empresa en función de los costos percibidos de abandono (Meyer y Allen, 1991).

De acuerdo con Somers (1995), el compromiso por permanecer en la empresa no se asocia con las labores que efectúa en la misma, más bien se relaciona con lo que recibe al realizarla, ya sea una retribución económica o cualquier otra forma convenida.

El compromiso normativo involucra obligaciones para mantener relaciones laborales (Meyer y Allen, 1991). Los empleados se sienten obligados a corresponder con lealtad y compromiso resultantes de la moral y los principios basados en valores basados en normas y prácticas de socialización (Meyer y Herscovitch, 2001).

El impacto positivo que recibe el desempeño del trabajo se debe a un grado elevado de lealtad por parte de los trabajadores, dicho impacto aumenta el deseo de permanecer en la organización en la que se encuentra trabajando (Liu, 2019).

Herscovitch y Meyer (2002) encontraron que el efecto del CO en el desempeño en una organización puede verse influenciado en muchas formas, incluso tiene relevancia junto con la satisfacción laboral y el cambio organizacional, ya que son elementos que remiten especial importancia para empleados y empleadores (Yousef, 2017).

Metodología

Se desarrolló una investigación de tipo cuantitativa-descriptiva en la que se evaluaron pequeñas y medianas empresas del sector de agronegocios. La recopilación de datos fue a través de un cuestionario estructurado, el cual se conformó en primera instancia de los datos generales de la empresa y los datos de los empresarios/gerentes que participaron en la investigación, además de incluir preguntas de tipo Likert del 1 al 5, en la cual el 1 significa totalmente en desacuerdo y el 5 totalmente de acuerdo. La escala se conformó de tres dimensiones, el compromiso afectivo con 6 ítems encaminados a la percepción de apego emocional del empleado con la empresa, el compromiso normativo con 5 ítems relacionados al compromiso de los empleados en alcanzar objetivos organizacionales y el compromiso de continuidad con 6 ítems en relación con su motivación por continuar trabajando en la empresa, dicha escala es desarrollada por los autores Allen y Meyer (1993), y ha sido adaptada al español para ser utilizada para su aplicación a los sujetos clave para el desarrollo del trabajo de campo (Ballena Pérez y Ramos Díaz, 2022).

El cuestionario se aplicó a un total de trescientos cuarenta y siete propietarios/gerentes de pymes de agronegocios quienes aceptaron participar en el estudio y los cuales tienen una visión estratégica de la dirección del negocio, en el grupo de empresas, a las cuales se les aplicó el instrumento se incluyeron empresas de tres estados del bajío de la república mexicana.

Se realizó una prueba piloto del instrumento, la cual tuvo buenos resultados de confiabilidad a través del alfa Cronbach cuyo valor fue de 0.943. Se procedió a analizar la validez y confiabilidad de la escala a través de la base de datos, apoyándonos en el *software* SPSS y AMOS 25. Posterior a ello se hicieron análisis de ANOVA en las variables de compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso de continuidad, para determinar si existe diferencia significativa entre el resultado de las medias entre los tres estados de la repú-

blica analizados y entre las empresas familiares y no familiares de las pymes del estudio.

Resultados

A continuación se presenta la tabla 1 la cual contiene los resultados de la media del compromiso afectivo de acuerdo a las preguntas desarrolladas en la escala de Allen y Meller (1993) en la encuesta con pymes de agronegocios, en la que se presenta la diferencia significativa entre cada una de las variables en los estados de la república estudiados, la columna A se refiere a Aguascalientes, la variable B se refiere a los resultados del estado de Jalisco y la columna C se refiere al estado de Guanajuato.

Tabla 1. Resultados de la media del Compromiso afectivo en las pymes de Agronegocios.

Variables	A	B	C	Sig.
“Estaría feliz si pasara el resto de mi vida trabajando en esta organización.”	3.33	3.65	3.57	*
“Realmente siento como si los problemas de la empresa fueran míos.”	3.35	3.65	3.35	
“Experimento un fuerte sentimiento de pertenencia hacia esta organización.”	3.14	3.21	3.25	
“Me siento unido emocionalmente a esta organización.”	3.03	3.06	3.11	
“Me siento integrado plenamente a esta organización.”	3.22	3.43	3.47	
“Esta empresa significa personalmente mucho para mí.”	3.38	3.55	3.52	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$				

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En relación con la dimensión de compromiso afectivo de los agronegocios según el estado de la República mexicana, en la tabla 1 se puede observar que, de todas las variables analizadas en esta dimensión del CO, la variable que resultó con una diferencia significativa entre los tres estados analizados fue que “*los empleados estarían felices trabajar en la organización el resto de su vida*”,

siendo Jalisco el estado que obtuvo una media de 3.65 mayor en la escala de Likert, seguido de Guanajuato con una media de 3.57 y Aguascalientes la más baja con una media de 3.33. Las cinco variables adicionales no presentaron una diferencia significativa. El resto de las variables presentadas tienen el mismo grado de importancia, independientemente del estado en el que se encuentren los agronegocios. Por lo que se asume que el compromiso afectivo que se desarrolla dentro de las pymes de agronegocios de estos tres estados de la república mexicana están en los mismos niveles, todos ellos de 3.03 a 3.65 de una escala Likert de 1 a 5. Sin embargo, llama la atención que los niveles más bajos de compromiso organizacional en las pymes de agronegocio en todas las variables es el estado de Aguascalientes.

A continuación, se presenta en la tabla 2 los resultados de la dimensión del compromiso de continuidad en cada uno de los estados del bajío, siguiendo la misma identificación de las columnas, correspondiendo la A al estado de Aguascalientes, B al estado de Jalisco y C al estado de Guanajuato

Tabla 2. Situación media de la empresa respecto al compromiso de continuidad según el estado.

<i>Variables</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>Sig.</i>
“Hoy permanecer laborando en esta empresa, es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.”	3.28	3.48	3.91	***
“Sería muy duro para mí dejar de laborar en esta organización.”	3.27	3.38	3.47	***
“Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera dejar de laborar en esta organización en estos momentos.”	3.01	3.16	3.18	
“Si no hubiera puesto tanto de mí en el trabajo dentro de esta empresa, podría haber considerado otra opción de empleo.”	2.86	3.14	3.06	
“Una de las pocas consecuencias negativas de dejar de laborar en esta organización, es la inseguridad que representan las alternativas disponibles.”	2.90	3.20	3.35	**
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$				

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En la tabla 2, se observa que la variable “*Hoy permanecer laborando en esta empresa, es una cuestión tanto de necesidad como de deseo*” es más importante

para las pymes del estado de Guanajuato, con una media de 3.91, que para las pymes de Jalisco, con una media 3.48 y Aguascalientes con una media de 3.28. La segunda variable más importante es “*Sería muy duro para mí dejar de laborar en esta organización*” donde la media más alta fue 3.47 que pertenece al estado de Guanajuato, en el estado de Jalisco con una media de 3.38 y en Aguascalientes con una media de 3.27. Finalmente, la tercera variable importante es “*Una de las pocas consecuencias negativas de dejar de laborar en esta organización, es la inseguridad que representan las alternativas disponibles*” siendo más importante en Guanajuato con una media en .35, seguido de Guanajuato con una media de 3.20 y Aguascalientes con una media de 2.90, en estas variables se encuentra una diferencia significativa entre las variables de la dimensión de compromiso de continuidad entre los tres estados analizados. Además, se identifica que en Guanajuato existe un mayor nivel de medias que en los otros dos estados analizados en el estudio.

Enseguida, se muestran en la tabla 3 los resultados del análisis del compromiso normativo.

Tabla 3. Situación media de la empresa respecto al compromiso normativo según el estado.

Variables	A	B	C	Sig.
“Siento gran obligación de permanecer en mi actual trabajo.”	3.09	3.30	3.40	
“Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien dejar de laborar en esta organización en estos momentos.”	3.17	3.42	3.38	
“Me sentiría culpable si dejara mi trabajo en esta empresa en este momento.”	3.06	3.28	3.03	
“El trabajar para esta organización merece mi lealtad.”	3.03	3.42	3.64	***
“No abandonaré esta empresa en estos momentos, porque tengo un sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan aquí.”	3.05	3.43	3.40	*
“De alguna manera estoy en deuda por trabajar en esta organización.”	3.02	3.47	3.19	*
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$				

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En la tabla 3 se identifica que entre las variables con mayor importancia se encuentran “*El trabajar para esta organización merece mi lealtad*”, donde las medias fueron de 3.64 en Guanajuato, 3.42 en Jalisco y 3.03 en Aguascalientes, con mayor nivel de la media en Guanajuato, y existiendo una diferencia significativa entre los estados analizados, lo mismo ocurre con la variable “*No abandonarías esta empresa en estos momentos, porque tengo un sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan aquí*”, con una media de 3.43 en Jalisco, de 3.40 en Guanajuato y 3.05 en Aguascalientes, existiendo una diferencia significativa. La media con mayor nivel es en Jalisco y siguiéndole Guanajuato y Aguascalientes. Por último, la tercera variable más importante es “*No abandonarías esta empresa en estos momentos, porque tengo un sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan aquí*” donde la media más alta fue de 3.47 en Jalisco, de 3.19 en Guanajuato y 3.02 en Aguascalientes, y en la cual también se encontró una diferencia significativa entre los estados. La mayor media en este caso es en Jalisco y en menor medida Guanajuato y Aguascalientes.

Al analizar las diferencias en las dimensiones de compromiso organizacional, en relación con las empresas familiares y no familiares, con el objetivo de verificar si son o no significativas, se presentan los siguientes resultados.

Tabla 4. Situación media de la empresa respecto al compromiso afectivo según tipo de organización.

<i>Variables</i>	<i>Familiar</i>	<i>No familiar</i>	<i>Sig.</i>
“Estaría feliz si pasara el resto de mi vida trabajando en esta organización.”	3.50	3.53	
“Realmente siento como si los problemas de la empresa fueran míos.”	3.40	3.50	
“Experimento un fuerte sentimiento de pertenencia hacia esta organización.”	3.14	3.33	
“Me siento ligado emocionalmente a esta organización.”	3.01	3.21	
“Me siento integrado plenamente a esta organización.”	3.27	3.62	**
“Esta empresa significa personalmente mucho para mí.”	3.43	3.61	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$			

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En la tabla 4, se distingue la variable “*Me siento integrado plenamente a esta organización*” como la que más importancia tiene en las empresas, según el tipo de organización las medias observadas en esta variable son de 3.62 en pymes no familiares y 3.27 en pymes familiares, la misma se identifica con una diferencia significativa entre las empresas familiares y no familiares. El resto de las variables no presentan diferencias significativas, por lo que para las empresas familiares y no familiares representan los mismos niveles en sus medias analizadas. En general, se aprecia un mayor nivel de las medias de las empresas no familiares en el compromiso afectivo.

Con referencia a los resultados del compromiso de continuidad se presentan en la tabla 5 las medias de las variables que conforman dicha dimensión de compromiso de continuidad.

Tabla 5. Situación media de la empresa respecto al compromiso de continuidad según el tipo de organización.

<i>Variables</i>	<i>Familiar</i>	<i>No familiar</i>	<i>Sig.</i>
“Hoy permanecer laborando en esta empresa, es una cuestión tanto de necesidad como de deseo.”	3.57	3.64	
“Sería muy duro para mí dejar de laborar en esta organización.”	3.31	3.53	
“Gran parte de mi vida se afectaría si decidiera dejar de laborar en esta organización en estos momentos.”	3.08	3.21	
“Si no hubiera puesto tanto de mí en el trabajo dentro de esta empresa, podría haber considerado otra opción de empleo.”	2.97	3.14	
“Una de las pocas consecuencias negativas de dejar de laborar en esta organización, es la inseguridad que representan las alternativas disponibles.”	3.09	3.35	*
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$			

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En la tabla 5, se observa que la variable más importante es “*Una de las pocas consecuencias negativas de dejar de laborar en esta organización, es la inseguridad que representan las alternativas disponibles*”, siendo de mayor nivel las empresas no familiares (3.35), con respecto a las familiares (3.09), se identifica

además esta variable como la única que representa una diferencia significativa entre las empresas familiares y las no familiares. El resto de las variables presentaron diferencias no significativas, es decir, entre las empresas familiares y no familiares son igual de importantes, independientemente del tipo de organización de las pymes de los tres estados. Sin embargo, es conveniente hacer notar que entre las empresas no familiares se aprecia mayores niveles en las medias de las variables que conforman la dimensión de compromiso de continuidad.

Tabla 6. Situación media de la empresa respecto al compromiso normativo según el tipo de organización.

<i>Variables</i>	<i>Familiar</i>	<i>No familiar</i>	<i>Sig.</i>
“Siento gran obligación de permanecer en mi actual trabajo.”	3.21	3.42	
“Aún si fuera por mi beneficio, siento que no estaría bien dejar de laborar en esta organización en estos momentos.”	3.31	3.36	
“Me sentiría culpable si dejara mi trabajo en esta empresa en este momento.”	3.07	3.21	
“El trabajar para esta organización merece mi lealtad.”	3.38	3.38	
“No abandonaría esta empresa en estos momentos, porque tengo un sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan aquí.”	3.21	3.50	*
“De alguna manera estoy en deuda por trabajar en esta organización.”	3.12	3.43	*
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.05$; (**): $p < 0.01$; (***): $p < 0.001$			

Fuente: Tabla elaborada por los autores con base en variables provenientes a la escala de Allen y Meyer (1993) y adaptada por Ballena Pérez y Ramos Díaz (2022).

En cuanto al tipo de organización, la tabla 6 muestra que las variables con diferencias significativas son “*No abandonaría esta empresa en estos momentos, porque tengo un sentimiento de obligación hacia las personas que trabajan aquí*” con una media de 3.50 en empresas no familiares y 3.21 en las familiares, y la segunda variable con diferencia significativa es “*De alguna manera estoy en deuda por trabajar en esta organización*” con una media de 3.43 en las pymes no familiares y 3.12 en las familiares. De ambas variables existe una diferencia significativa entre empresas familiares y no familiares. Cabe mencionar que casi

en su totalidad el nivel de medias es mayor en las empresas no familiares que en las familiares, con excepción con la variable “*trabajar para esta organización merece mi lealtad*” la cual es similar en ambos tipos de empresas.

Discusión

Es importante resaltar los hallazgos de los resultados que se presentan en este estudio sobre el compromiso organizacional en los agronegocios. Uno de los hallazgos que es importante señalar es que en los tres estados del Bajío analizados existen acciones que indican la diferencia entre los mismos, tanto del nivel del compromiso afectivo, como del normativo y el de continuidad.

Al examinar cada una de las dimensiones, iniciando con el compromiso afectivo, se identifica que el estado de Jalisco y siguiéndole Guanajuato tienen un mayor nivel en las medias de este tipo de compromiso en las empresas de agronegocios; en Jalisco se identifican en variables de liga personal con la situación de la empresa y en Guanajuato en las variables de integración y pertenencia. Aguascalientes se identifica en todas las variables con un menor nivel en sus medias de compromiso afectivo en relación con los otros dos estados del bajío analizados, en la variable que se identifica una diferencia significativa con una media mayor es en Jalisco, se considera que el empleado señala que representa felicidad el pensar trabajar con la empresa.

En este sentido, es importante para las empresas en Aguascalientes generar estrategias que promuevan un mayor compromiso afectivo con la organización ya que el efecto será que el grupo de empleados disfrute el trabajo dentro de la empresa y se involucre más en las metas de la organización, provocando mayor aprendizaje y generación de conocimiento.

En cuanto al compromiso de continuidad el estado de Guanajuato es el que prácticamente en las medias analizadas en las pymes de agronegocios tiene un mayor nivel en prácticamente todas las variables obteniendo una diferencia significativa con relación a los otros estados reconociendo la oportunidad que representa el permanecer en la empresa y en la dificultad que representaría no trabajar en ella. En segundo lugar, se identifica en este tipo de continuidad a Jalisco y con menores niveles a Aguascalientes. En este sentido, es importante incrementar estrategias que permitan al grupo de trabajadores, además de decidir permanecer por un compromiso afectivo, lograr que identifiquen que la

empresa retribuye ya sea económica o con otro tipo de motivaciones mejor que algunas empresas en la competencia de recurso humano en la zona y evitar el abandono de los trabajadores en la empresa, ya que eso representa costos para ellas al tener que capacitar o entrenar a nuevo recurso humano.

Una de las variables más específicas que identifican el compromiso normativo es *el trabajar para esta organización merece mi lealtad* en los resultados obtenidos en el estudio se identifica una diferencia altamente significativa en las medias de las pymes de agronegocios de Guanajuato, señalando también el no abandonar a la empresa, ya que se sienten obligados a continuar, en cuanto a niveles le sigue Guanajuato y, por último, Aguascalientes.

Conclusiones e implicaciones

En un análisis amplio de resultados, Aguascalientes es el que resulta con niveles más bajos en sus medias en cuanto a acciones de compromiso organizacional, sobresale niveles más bajos que el promedio en el compromiso de continuidad. Es importante que se generen estrategias para fortalecer el compromiso de los distintos grupos de trabajadores de las pymes de agronegocios, ya que el recurso humano es un factor interno dentro de los elementos necesarios para la ventaja competitiva en este sector. En este mismo orden de ideas es importante señalar que si bien se aprecia un menor nivel en las medias de compromiso organizacional en Aguascalientes, no en todas las variables sucede de esta manera, ya que solamente en algunas llega a ser significativas las diferencias.

Por otro lado, al examinar las diferencias entre las empresas familiares y no familiares, destaca que en las empresas no familiares se encuentran en todas las variables, tanto del compromiso afectivo, de continuidad y normativo un mayor nivel. Es importante que la alta dirección de las empresas familiares también se comprometa con el recurso humano, generando acciones en su gestión para promover el compromiso en el recurso humano, pues ello les permitirá obtener un mayor aprendizaje por parte de los grupos, generar mayor conocimiento e innovación al producir ideas más innovadoras por parte del recurso humano, lo que desde luego traerá efecto en un mayor desempeño, sobre todo si se considera que en México arriba del 87% de las empresas son familiares, y permanecen menos de dos años (Nieto, s.f., citado por González, Castruita y Mendoza, 2018).

Referencias

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1993). Organizational commitment: evidence of career stage effects? *Journal of business research*, 26(1), 49-61.
- Bahrami, M. A., Barati, O., Ghoroghchian, M. S., Montazer-Alfaraj, R., & Ezzatabadi, M. R. (2016). Role of organizational climate in organizational commitment: The case of teaching hospitals. *Osong public health and research perspectives*, 7(2), 96-100.
- Ballena Pérez, M., & Ramos Díaz, L. A. (2022). La inteligencia emocional y su relación con el compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa Argenper SA-Sucursal de Trujillo, 2021.
- Bouarif, N. (2015). Predicting organizational commitment: The role of religiosity and ethical ideology. *European Scientific Journal*, 11(17).
- Bravo, N. J. L., & Cassano, P. P. G. D. (2019). Estrategias para aumentar el compromiso organizacional en el área de ventas de una empresa de la industria cosmética y cuidado personal. *INNOVA Research Journal*, 4(3.1), 184-192.
- Brimhall, K. C. (2019). Inclusion and commitment as key pathways between leadership and nonprofit performance. *Nonprofit Management and Leadership*, 30(1), 31-49.
- Farnese, M. L., & Livi, S. (2015). How reflexivity enhances organizational innovativeness: the mediation role of team support for innovation and individual commitment. *Knowledge Management Research & Practice*, 14(4), 525-536
- Fu, W., & Deshpande, S. P. (2014). The impact of caring climate, job satisfaction, and organizational commitment on job performance of employees in a China's insurance company. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 339-349.
- García-Cruz, J., Real, J. C., & Roldán, J. L. (2018). Managerial perceptions of employees' affective commitment and product innovation. *Economics of Innovation and New Technology*, 27(3), 290-305.
- García-Tenorio, J., Sánchez, I. & Pérez, M. J. (2014). Compromiso y flexibilidad en organizaciones innovadoras. *Innovar*, 24(Edición Especial 2014), 7-32.
- Giauque, D., & Varone, F. (2019). Work opportunities and organizational commitment in international organizations. *Public Administration Review*, 79(3), 343-354.

- Herscovitch, L., & Meyer, J. P. (2002). Commitment to organizational change: Extension of a three-component model. *Journal of applied psychology*, 87(3), 474.
- Ibrada, A.S., Mulyani, S., Winarningsih, S., & Farida, I. (2022). Organizational commitment and regulation implementation as a key factor for the success of accounting information system. *Journal of Public Affairs*, 22(3), e2501.
- Jain, A. K. (2015). Volunteerism and organisational culture: Relationship to organizational commitment and citizenship behaviors in India. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 22(1), 116-144.
- Jaramillo, F., Mulki, J. P., & Marshall, G.W. (2005). A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance: 25 years of research. *Journal of Business research*, 58(6), 705-714.
- Liu, E. (2019). Occupational self-efficacy, organizational commitment, and work engagement. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(8), 1-7.
- Messner, W. (2017). The role of gender in building organisational commitment in India's services sourcing industry. *IIMB management review*, 29(3), 188-202.
- Meyer, J. & Allen, N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 64-98.
- Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, 89, 991-1007.
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human resource management review*, 11(3), 299-326.
- Moreira Mero, N., Hidalgo Fernández, A., Llor Alcívar, M. I., & González Santa Cruz, F. (2020). Influence of Internal Marketing Dimensions on Organizational Commitment: An Empirical Application in Ecuadorian Co-Operativism. *SAGE Open*, 10(3), 2158244020945712.
- Nabipour, H. K., ZainallyPour, H., & Rahmani, M. N. (2014). Investigation of the relationship between organizational health and organizational commitment with positive attitude toward change among primary school principals of Tehran city. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 3(1), 176.

- Nieto, M. (s. f.). *La empresa familiar: ¿un negocio de por vida?* Recuperado de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/empresa_familiar_negocio_familia_emprender.html>.
- O'Malley, M. (2000). *Creating commitment: How to attract and retain talented employees by building relationships that last*. New York: John Wiley & Sons.
- Pérez, O. (2018). *Agronegocios en México: Competitividad y desafíos*. Qartup-pi. 132p.
- Reichers, A. E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy of management review*, 10(3), 465-476.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Organizational behavior* (16th Global ed.). Harlow, UK: Pearson.
- Soberanes, R., L. T. & De la Fuente I., A. H. (2009). El clima y el compromiso organizacional en las organizaciones. *Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional*, 5(9), 120-127.
- Somers, M. J. (1995). Organizational commitment, turnover and absenteeism: An examination of direct and interaction effects. *Journal of organizational Behavior*, 16(1), 49-58.
- Tarigan, Z. J. H. (2018). The Impact of Organization Commitment to Process and Product Innovation in Improving Operational Performance. *International Journal of Business and Society*, 19 (2), 335-346.
- Vandenbergh, C., Mignonac, K., & Manville, C. (2015). When normative commitment leads to lower well-being and reduced performance. *Human relations*, 68(5), 843-870.
- Yousef, D.A. (2017). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government. *International Journal of Public Administration*, 40(1), 77-88.
- Valdez Juárez, L. E., Ramos Escobar, E. A., & Borboa Álvarez, E. P. (2019). Las Capacidades Dinámicas y la Orientación Emprendedora: Fuente de Innovación y Rentabilidad en la Pyme Mexicana. *Small Business International Review*, 3(1), 49-66. doi:10.26784/sbir.v3i1.158.

