



Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 460-2 esq a Lerdo de Tejada. Toluca, Estado de México. 7223898476

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: XIII Número: 2 Artículo no.:58 Período: 1 de enero del 2026 al 30 de abril del 2026

TÍTULO: Factores que determinan el compromiso organizacional en colaboradores del sector hotelero de Villahermosa, Tabasco.

AUTORES:

1. Lic. José de Jesús Guevara Martínez.
2. Dr. Abraham Gerardo Pérez Sandoval.
3. Dr. Aldo Alexis Juárez Domínguez.

RESUMEN: El sector hotelero enfrenta retos relacionados con la alta rotación de personal, la necesidad de mantener un servicio de calidad constante y las prolongadas jornadas laborales. El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de compromiso organizacional en colaboradores de un hotel en Villahermosa, Tabasco. El estudio se desarrolló con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional. Se aplicó un cuestionario a 110 trabajadores, validado mediante análisis factorial exploratorio que agrupó tres dimensiones: compromiso emocional, ético y de permanencia, explicando un 62.16% de la varianza con una confiabilidad aceptable (.854). Los resultados evidenciaron predominio del compromiso emocional (2.80), mientras que el ético (2.41) y de permanencia (2.30) mostraron niveles bajos, reflejando un compromiso organizacional débil.

PALABRAS CLAVES: compromiso organizacional, sector hotelero, factores laborales, análisis factorial, colaboradores.

TITLE: Factors determining organizational commitment in employees of the hotel sector in Villahermosa, Tabasco.

AUTHORS:

1. Bach. José de Jesús Guevara Martínez.
2. PhD. Abraham Gerardo Pérez Sandoval.
3. PhD. Aldo Alexis Juárez Domínguez.

ABSTRACT: The hotel sector faces challenges related to high staff turnover, the need to maintain consistent service quality, and extended working hours. The objective of this research was to determine the level of organizational commitment among employees of a hotel in Villahermosa, Tabasco. The study followed a quantitative, non-experimental, cross-sectional, descriptive, and correlational design. A questionnaire was applied to 110 employees, validated through exploratory factor analysis, which grouped three dimensions: emotional, ethical, and continuance commitment, explaining 62.16% of the variance with acceptable reliability ($\alpha = .854$). Results indicated predominance of emotional commitment (2.80), while ethical (2.41) and continuance commitment (2.30) showed lower levels, reflecting a weak overall organizational commitment.

KEY WORDS: organizational commitment, hotel sector, labor factors, factor analysis, collaborators.

INTRODUCCIÓN.

En el entorno empresarial contemporáneo, el compromiso organizacional se ha convertido en un pilar esencial para garantizar la sostenibilidad y el éxito de las instituciones. Esta importancia explica la necesidad de realizar estudios que permitan profundizar tanto en su comprensión conceptual como en su aplicación práctica.

De acuerdo con Ruiz de Alba (2013), el compromiso organizacional puede analizarse a partir de tres dimensiones: el afectivo, relacionado con el vínculo emocional y el orgullo de pertenencia del trabajador hacia su empresa; el de continuidad, que se refiere a la permanencia motivada por la estabilidad laboral y la compensación recibida; y el normativo, entendido como el sentido de deber moral que impulsa al colaborador a mantenerse en la organización como retribución por los beneficios otorgados.

En esta misma línea, el compromiso organizacional puede entenderse como la intensidad con la que los empleados asumen como propios los objetivos y valores de la organización, lo que condiciona su decisión de permanecer en ella o desvincularse; dicho constructo integra los tres factores señalados —afectivo, de continuidad y normativo— que en conjunto reflejan el deseo, la necesidad y la obligación de seguir perteneciendo a la organización (Adams, 2016).

La literatura reciente muestra que el compromiso guarda una relación estrecha con el rendimiento y la capacidad de aprendizaje organizacional. Castañeda (2019) argumenta, que cuando los colaboradores se sienten motivados y satisfechos, tienden a fortalecer su sentido de pertenencia, lo que favorece procesos colectivos de creación, intercambio y aplicación del conocimiento, fundamentales para que las empresas respondan con eficacia a los cambios del mercado.

El compromiso no se limita únicamente a los empleados. Tal como señala Ruiz de Alba (2013), también es valorado en otros grupos de interés como accionistas, proveedores y clientes, ya que la lealtad, la confianza y la corresponsabilidad de cada uno de ellos resultan indispensables para la consecución de los objetivos estratégicos y la sostenibilidad de los proyectos empresariales.

Diversos estudios han puesto de manifiesto la influencia de distintos factores en el compromiso organizacional. En este sentido, Sánchez y Sánchez (2022) identificaron una asociación positiva y estadísticamente significativa entre la percepción de seguridad en el empleo y los niveles de compromiso de los trabajadores, relación que fue validada mediante pruebas no paramétricas (Rho de Spearman = .981; $Tau-b$ de Kendall = .957; $p < .05$). De igual modo, los hallazgos evidenciaron que cerca del 27.3% de los colaboradores del sector hotelero en Lima, Perú, manifestaron percibir de manera constante tanto estabilidad laboral como compromiso hacia la organización.

De manera similar, Gallegos y Ramón (2016), en un estudio realizado en hoteles y hostales de Cuenca, concluyeron que la satisfacción laboral es un elemento esencial para fomentar el compromiso, ya que incide en la motivación, reduce el ausentismo y eleva la productividad del personal, por lo que requiere

una atención prioritaria en la gestión organizacional. En otro análisis, Ojeda, Talavera y Berrelleza (2018) identificaron que los docentes de una universidad pública presentaban niveles medios de compromiso organizacional y una percepción medio-alta de apoyo institucional. Sus resultados demostraron que el apoyo recibido se relaciona positivamente con el compromiso, destacando la dimensión afectiva como la más influyente en la percepción global, mientras que variables demográficas como edad, género o ingresos no mostraron un peso significativo.

Finalmente, Cernas, Mercado y León (2018) plantean, que el compromiso organizacional, entendido como parte del comportamiento planificado y del intercambio social, contribuye a reforzar conductas positivas y a disminuir las negativas, consolidando tendencias claras sobre la importancia de este concepto en la dinámica laboral.

La diversidad de estudios previos evidencia que el compromiso organizacional es un fenómeno multidimensional y complejo, influenciado por factores personales, sociales y laborales; sin embargo, aún persisten interrogantes sobre las acciones específicas que las organizaciones deben implementar para alcanzar niveles óptimos de compromiso. En este marco, se desarrolla la presente investigación, cuyo propósito es identificar el nivel de compromiso organizacional en los colaboradores de un hotel en Villahermosa, Tabasco. Con ello se busca aportar evidencia empírica que permita comprender de manera más precisa este constructo en el ámbito hotelero local, al tiempo que se generan insumos útiles para la gestión del talento humano y la mejora de la competitividad empresarial.

DESARROLLO.

Diseño de la investigación.

La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental de tipo transversal y descriptivo, lo que permitió obtener resultados de manera directa sin intervenir en las dimensiones que conforman la variable de estudio. Para el tratamiento de los datos, se aplicaron los

procedimientos estadísticos pertinentes que facilitaron su análisis e interpretación (Hernández et al., 2014).

Población y muestra.

El estudio se desarrolló en un hotel ubicado en Tabasco, México. Con el propósito de evitar la exclusión de perspectivas, el instrumento de recolección de datos se aplicó en forma de censo a la totalidad de los colaboradores activos de la organización. El análisis de los resultados tuvo como finalidad reflejar de manera adecuada la percepción de los trabajadores respecto al compromiso organizacional (Hernández et al., 2014).

Tabla 1. Características demográficas según área de trabajo en el censo poblacional.

		Género				Estado Civil			
		Hombres		Mujeres		Soltero		Casado	
Área de trabajo	Población	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Mantenimiento	12	12	10.9%	0	0.0%	2	1.8%	10	9.1%
Seguridad y Botones	15	15	13.6%	0	0.0%	4	3.6%	11	10.0%
Cocina	11	6	5.5%	5	4.5%	7	6.4%	4	3.6%
Camareros	5	5	4.5%	0	0.0%	4	3.6%	1	0.9%
Restaurante	12	11	10.0%	1	0.9%	1	0.9%	11	10.0%
Contraloría	18	11	10.0%	7	6.4%	9	8.2%	9	8.2%
Recepción	6	2	1.8%	4	3.6%	4	3.6%	2	1.8%
Ventas	5	1	0.9%	4	3.6%	4	3.6%	1	0.9%
Ama de llaves	19	5	4.5%	14	12.7%	14	12.7%	5	4.5%
Comité Ejecutivo	7	5	4.5%	2	1.2%	3	2.7%	4	3.6%
N =	110	73	66.2%	37	32.9%	52	47.1%	58	52.6%

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 1 evidencia que la proporción de mujeres colaboradoras es menor en comparación con la de hombres, representando únicamente el 32.9% de la población total; asimismo, se observa que en tres áreas

específicas: mantenimiento, seguridad y stewards, las funciones son desempeñadas exclusivamente por personal masculino. En cuanto al estado civil, los resultados muestran una ligera predominancia de trabajadores casados (52.6%) frente a los solteros (47.1%).

Tabla 2. Distribución demográfica por rangos de edad en el censo poblacional.

	Edad Colaboradores								
Área de trabajo	18-22	23-27	28-32	33-37	38-42	43-47	48-52	53-57	58-62
Mantenimiento	1	3	3	1	2	1	0	1	0
Seguridad y Botones	2	2	1	1	2	5	1	1	0
Cocina	1	6	0	0	1	1	2	0	0
Camareros	1	3	0	0	1	0	0	0	0
Restaurante	0	1	1	2	1	1	1	3	2
Contraloría	0	2	3	0	4	2	2	2	2
Recepción	1	3	0	2	0	0	0	0	0
Ventas	0	1	1	1	2	0	0	0	0
Ama de llaves	2	5	1	3	3	2	2	0	0
Comité Ejecutivo	0	1	0	4	1	1	1	0	0
N =	8	27	10	14	17	14	9	7	4

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 2 muestra que la edad de los colaboradores del hotel se encuentra entre los 18 y los 62 años. El grupo más numeroso corresponde al rango de 23 a 27 años, con un total de 27 trabajadores, destacando el área de cocina como la que concentra a la mayor parte del personal joven. En contraste, el hotel también cuenta con colaboradores de mayor edad, específicamente en el rango de 58 a 62 años, quienes se desempeñan únicamente en los departamentos de restaurante y contraloría.

Tabla 3. Distribución de los colaboradores según antigüedad y tipo de contrato en el censo poblacional.

Antigüedad			Tipo de contrato		
	n	%		n	%
De 6 meses a 1 año	24	21.8%	Confianza	58	52.7%
De 1 a 3 años	31	28.2%	Sindicalizado	52	47.3%
De 4 a 6 años	20	18.2%			
De 7 a 9 años	4	3.6%			
De 10 a 12 años	10	9.1%			
De 13 a 15 años	3	2.7%			
De 16 años en adelante	18	16.4%			
N=	110	100%		110	100%

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 3 refleja la antigüedad de los colaboradores del hotel, destacando que el grupo con mayor representación se ubica en el rango de 1 a 3 años, con un 28.2% del total; no obstante, también se identifica un segmento relevante de trabajadores que acumulan al menos 16 años de permanencia en la organización, lo cual evidencia estabilidad en ciertos puestos. En cuanto al tipo de contratación, se distinguen dos categorías: personal de confianza y sindicalizado, siendo los primeros quienes concentran la mayor proporción con un 52.7%.

Instrumento de investigación.

Para el desarrollo del presente estudio, se empleó como referencia el cuestionario diseñado por Huaroc (2022). Dicho instrumento se compone de dos secciones: la primera recaba información sociodemográfica de los colaboradores, adaptada a los requerimientos de la investigación, incluyendo variables como edad, género, estado civil, área de trabajo, antigüedad y tipo de contrato. La segunda sección está integrada por

18 ítems organizados en una escala tipo Likert de cuatro puntos, donde 1 corresponde a “totalmente en desacuerdo”, 2 a “en desacuerdo”, 3 a “de acuerdo” y 4 a “totalmente de acuerdo”. En cuanto a su confiabilidad, el instrumento alcanza un nivel aceptable con un coeficiente Alfa de Cronbach de .854, de acuerdo con lo señalado por Oviedo y Ocampo (2005).

Tabla 4. Definición y confiabilidad de los factores que conforman la variable compromiso organizacional.

Variable	Dimensión	Definición	Alpha de Cronbach
Definición y fiabilidad de los factores que conforman la variable compromiso organizacional	Compromiso Emocional	Se refiere al vínculo afectivo y de pertenencia que los colaboradores desarrollan hacia la organización, manifestado en orgullo, identificación y satisfacción por formar parte de ella.	.907
	Compromiso Ético	Expresa la obligación moral y el sentido de lealtad que los trabajadores sienten hacia la organización, impulsados por la gratitud, la reciprocidad y el deber de corresponder a los beneficios recibidos.	.738
	Compromiso de Permanencia	Se refiere a la percepción del colaborador de que permanecer en la organización le permite alcanzar sus metas, y que abandonar la empresa implicaría costos o dificultades.	.704

Fuente: Elaboración propia con base en Huaroc (2022).

Recolección y análisis de datos.

La aplicación del instrumento de investigación se llevó a cabo en un hotel perteneciente al sector hotelero de Tabasco, México. Durante el proceso se implementaron estrategias orientadas a garantizar la seguridad

y confiabilidad de los datos, con el propósito de obtener información libre de sesgos o manipulación. Para ello:

- 1) Se emplearon cuestionarios impresos como medio tradicional, lo que brindó confianza a los colaboradores al responder.
- 2) Participaron trabajadores de todas las áreas del hotel.
- 3) La aplicación se realizó en grupos de 20 personas.
- 4) Al concluir, cada cuestionario respondido fue depositado por el colaborador en una urna cerrada.
- 5) Posteriormente, la información recolectada fue capturada y procesada mediante el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Análisis Factorial Exploratorio.

Con el propósito de verificar la validez del instrumento, se siguió el procedimiento de Valdés et al. (2019), a través de las siguientes etapas:

1. Análisis de asimetría y curtosis: se eliminaron los ítems cuyos valores se encontraban fuera del rango de -2 a +2, con el objetivo de garantizar una distribución normal y fortalecer la validez del modelo.
2. Análisis de comunalidades: se conservaron únicamente aquellos ítems con valores superiores a .30.
3. Análisis factorial exploratorio: se aplicó el método de máxima verosimilitud con rotación Oblimin directo (véase Tabla 5).

Tabla 5. Resultados de la prueba KMO y de esfericidad de Bartlett para la variable compromiso organizacional.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de la muestra		0.838
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	689.107
	gl	66
	Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 6 presenta los resultados del porcentaje de varianza explicada, alcanzando un acumulado del 62.16%, lo cual se considera un nivel aceptable en investigaciones dentro de las ciencias sociales (Valdés et al., 2019). A partir de este análisis, se respalda la propuesta de un nuevo instrumento de investigación conformado por 12 ítems, el cual evidencia capacidad estadística suficiente para medir el constructo “compromiso organizacional” en sus factores de compromiso emocional, compromiso ético, compromiso de permanencia, mostrando además su potencial de aplicación en diferentes contextos poblacionales.

Tabla 6. Resultados del análisis factorial exploratorio de la variable compromiso organizacional.

Ítems	Componente		
	% de varianza	Carga factorial	Comunalidades
Factor 1. Compromiso Emocional	34.291		
Estaría muy feliz de trabajar el resto de mi vida en esta empresa.		0.719	0.565
La empresa significa mucho para mí.		0.903	0.789
Me siento como parte de la familia en la empresa.		0.843	0.703
Mi sentimiento de pertenencia hacia la empresa es muy fuerte.		0.833	0.680
Me siento emocionalmente vinculado con la empresa.		0.822	0.693
Factor 2. Compromiso Ético	16.988		
Si renuncio en este momento, me sentiría culpable.		0.397	0.374
La empresa merece toda mi lealtad.		0.765	0.581
No puedo renunciar en este momento porque me siento comprometido con mis compañeros.		0.975	0.999
Le debo muchísimo a la empresa.		0.527	0.393
Factor 3. Compromiso de Permanencia	10.881		
Si renuncio en este momento, mis objetivos se verían interrumpidos.		0.367	0.402
Si renuncio a la empresa, creo que tendría muy pocas alternativas de trabajo.		0.973	0.876

Sería muy difícil para mí renunciar a la empresa en este momento, aunque quisiera.		0.573	0.404
Método de extracción: análisis de componentes principales. Método de rotación: Oblimin con normalización Kaiser.			

Fuente: Elaboración propia.

Resultados.

Para determinar el nivel de compromiso organizacional de los colaboradores del sector hotelero, se aplicó un análisis de frecuencias y estadística descriptiva, el cual mostró una distribución normal con valores mínimos de 1 y máximos de 4; una curtosis de .466 y una asimetría de .094. Los resultados evidenciaron una media de 2.5477, una mediana de 2.5833, una moda de 2 y una desviación estándar de .5355; asimismo, se buscó identificar si existían diferencias estadísticamente significativas entre las dimensiones de la variable y los datos sociodemográficos de los participantes, utilizando un análisis de varianza (ANOVA) y la prueba t de Student. Finalmente, se aplicó un análisis de correlación de Pearson para examinar si la edad y la antigüedad ejercen una influencia positiva o negativa sobre el nivel de compromiso organizacional. Para clasificar los resultados, el nivel de compromiso se dividió en cuatro grupos mediante el cálculo de cuartiles (véase Tabla 7).

Tabla 7. Compromiso organizacional por factor en el sector hotelero de Tabasco (escala 12-48).

Factor	Análisis del CO	Percentil	Rango	%
Compromiso Emocional	(Muy Bajo): Los colaboradores están totalmente en desacuerdo con sentirse identificados, orgullosos o vinculados emocionalmente con la empresa.	25	≤ 2.35	27.3%
	(Bajo): Los colaboradores están en desacuerdo con el sentido de pertenencia y apego emocional hacia la organización.	50	$2.36 < 2.8$	23.6%
	(Medio): Los colaboradores están de acuerdo en que sienten orgullo, pertenencia y vínculos afectivos con la empresa.	75	$2.81 < 3.2$	29.1%

	(Alto): Los colaboradores están totalmente de acuerdo en que su permanencia está basada en fuertes lazos emocionales y de identidad con la organización.	100	$3.21 \leq 4$	20%
Compromiso Ético	(Muy Bajo): Los colaboradores están totalmente en desacuerdo con sentir deber, lealtad o gratitud hacia la empresa.	25	≤ 2	31.8%
	(Bajo): Los colaboradores están en desacuerdo con considerar que tienen una obligación moral o ética de corresponder a la organización.	50	$2 < 2.5$	36.4%
	(Medio): Los colaboradores están de acuerdo en que deben lealtad, gratitud y compromiso hacia la empresa.	75	$2.51 < 2.75$	10.9%
	(Alto): Los colaboradores están totalmente de acuerdo en que permanecer en la organización es parte de su deber ético y de su sentido de responsabilidad.	100	$2.76 \leq 4$	20.9%
Compromiso de permanencia	(Muy Bajo): Los colaboradores están totalmente en desacuerdo con que su permanencia dependa de objetivos, alternativas de empleo o dificultades para renunciar.	25	≤ 2	44.5%
	(Bajo): Los colaboradores están en desacuerdo con que abandonar la empresa afectaría sus metas o su situación laboral.	50	$2.01 < 2.33$	17.3%
	(Medio): Los colaboradores están de acuerdo en que permanecer en la organización les ayuda a cumplir metas y que existen costos al renunciar.	75	$2.34 < 2.66$	14.6%
	(Alto): Los colaboradores están totalmente de acuerdo en que continuar en la empresa es estratégico, necesario y difícil de abandonar aun si lo desearan.	100	$2.66 \leq 4$	23.6%

Nota: elaboración propia.

Se observa en los resultados de la Tabla 7, que en la dimensión de compromiso emocional la población se encuentra relativamente equilibrada, ya que el 50.9% de los colaboradores se ubican en niveles muy bajos y bajos, mientras que el 49.1% alcanza niveles medios y altos, lo que indica que existe una base importante

de identificación y orgullo, aunque todavía casi la mitad no siente un apego sólido hacia la organización. En cuanto al compromiso ético, se trata de la dimensión más débil, pues el 68.2% de los trabajadores se posicionan en niveles bajos, lo que refleja un limitado sentido de deber, lealtad o reciprocidad hacia la empresa. Finalmente, en el compromiso de permanencia predomina la percepción de bajos costos de salida, ya que el 61.8% se ubica en niveles muy bajos y bajos, lo que evidencia que una parte considerable de los colaboradores no considera que su permanencia dependa de metas o dificultades para renunciar; sin embargo, un 23.6% se encuentra en niveles altos, lo que indica que para este grupo sí existe una dificultad real de abandonar la organización, aunque lo desearan.

El análisis de las medidas de tendencia central confirma los resultados de la tabla anterior. El factor con la media más alta es el compromiso emocional ($\bar{x} = 2.80$), lo que indica una ligera inclinación hacia el acuerdo, aunque sin llegar al valor de 3 en la escala Likert, nivel que representaría un acuerdo pleno. Por su parte, el compromiso ético ($\bar{x} = 2.41$) y el compromiso de permanencia ($\bar{x} = 2.30$) presentan valores aún más bajos, evidenciando que los colaboradores muestran desacuerdo en cuanto a la lealtad moral hacia la organización y a la percepción de costos de salida. En conjunto, los resultados muestran que los tres factores se ubican por debajo del punto de referencia “de acuerdo” (≥ 3), lo que refleja una tendencia hacia un compromiso organizacional débil en la población analizada (ver Tabla 8).

Tabla 8. Estadísticos descriptivos de los factores que integran la variable compromiso organizacional.

	Compromiso Emocional	Compromiso Ético	Compromiso de Permanencia
Media	2.8000	2.4136	2.3061
Mediana	2.8000	2.5000	2.3333
Moda	3.00	2.50	2.00
D.E.	0.68322	0.63213	0.71554
Mínimo	1	1	1
Máximo	4	4	4
N	110	110	110

Fuente: Elaboración propia.

En la presente investigación, se buscó identificar los puntos de mejora respecto a la variable compromiso organizacional, con el objetivo de diseñar estrategias que fortalezcan la permanencia y el sentido de pertenencia de los colaboradores en el sector hotelero de Tabasco; para ello, se realizó un análisis descriptivo por cada ítem que conforma los factores del modelo.

En el factor compromiso emocional, los ítems presentan valores cercanos al nivel de referencia “de acuerdo” (≥ 3), aunque ninguno lo supera de manera clara. Los puntajes más altos se registran en “Me siento como parte de la familia en la empresa” ($\bar{x} = 2.963$) y “La empresa significa mucho para mí” ($\bar{x} = 2.945$), lo que sugiere cierta identificación y orgullo con la organización; sin embargo, “Mi sentimiento de pertenencia hacia la empresa es muy fuerte” muestra una media de 2.645, lo que refleja que la percepción de pertenencia aún es limitada en una parte importante de los colaboradores.

Dentro del compromiso ético, los cuatro ítems presentan medias por debajo del valor de 3 en la escala Likert, lo que indica una tendencia general hacia el desacuerdo. El puntaje más alto corresponde a “La empresa merece toda mi lealtad” ($\bar{x} = 2.990$), que se acerca al acuerdo, aunque sin alcanzarlo. En contraste, el ítem con el resultado más bajo es “No puedo renunciar en este momento porque me siento comprometido con mis compañeros” ($\bar{x} = 2.164$), lo cual evidencia que los trabajadores no perciben una obligación moral significativa hacia sus colegas como motivo para permanecer en la organización. Este hallazgo refleja que el sentido de deber, lealtad y reciprocidad hacia la empresa es débil en la mayoría de los colaboradores, constituyendo una de las áreas críticas del compromiso organizacional.

Respecto al factor compromiso de permanencia, los resultados son consistentemente bajos. El puntaje más alto se encuentra en “Si renuncio en este momento, mis objetivos se verían interrumpidos” ($\bar{x} = 2.445$), mientras que los más bajos corresponden a “Si renuncio a la empresa, creo que tendría muy pocas alternativas de trabajo” ($\bar{x} = 2.136$) y “Sería muy difícil para mí renunciar a la empresa en este momento, aunque quisiera” ($\bar{x} = 2.336$). Esto confirma que la mayoría de los colaboradores no perciben consecuencias significativas al abandonar la organización, lo que evidencia una debilidad en este factor.

Tabla 9. Estadísticos descriptivos de los ítems con mayor y menor media por factor del compromiso organizacional.

Ítems	N	Mínimo	Máximo	Media	D.E.
Factor 1. Compromiso Emocional					
Estaría muy feliz de trabajar el resto de mi vida en esta empresa.	110	1	4	2.754	.890
La empresa significa mucho para mí.	110	1	4	2.945	.688
Me siento como parte de la familia en la empresa.	110	1	4	2.963	.753
Mi sentimiento de pertenencia hacia la empresa es muy fuerte.	110	1	4	2.645	.808
Me siento emocionalmente vinculado con la empresa.	110	1	4	2.6909	.843
Factor 2. Compromiso Ético					
Si renuncio en este momento, me sentiría culpable.	110	1	4	2.236	.947
La empresa merece toda mi lealtad.	110	1	4	2.990	.883
No puedo renunciar en este momento porque me siento comprometido con mis compañeros.	110	1	4	2.163	.893
Le debo muchísimo a la empresa.	110	1	4	2.263	.925
Factor 3. Compromiso de Permanencia					
Si renuncio en este momento, mis objetivos se verían interrumpidos.	110	1	4	2.445	.904
Si renuncio a la empresa, creo que tendría muy pocas alternativas de trabajo.	110	1	4	2.136	.903
Sería muy difícil para mí renunciar a la empresa en este momento, aunque quisiera.	110	1	4	2.336	.901

Fuente: Elaboración propia.

En síntesis, los resultados de la Tabla 9 muestran que el compromiso emocional es el factor mejor valorado, aunque con áreas por reforzar, mientras que el factor compromiso ético, y especialmente, el de permanencia presentan medias más bajas, lo que refleja un compromiso organizacional débil que requiere acciones concretas en materia de gestión del talento humano. Estos hallazgos resultan consistentes con lo evidenciado en las tablas anteriores, donde también se observó que las dimensiones éticas y de permanencia concentran los puntajes más bajos en comparación con el compromiso emocional.

Con el fin de obtener resultados más claros y precisos, se realizaron análisis de varianza (ANOVA) para identificar si existen diferencias estadísticamente significativas en los factores que integran la variable compromiso organizacional, considerando como variables de contraste las áreas de trabajo del hotel (véase Tabla 10) y la antigüedad de los colaboradores (véase Tabla 11); asimismo, se aplicó una prueba t de Student con el propósito de determinar qué tipo de contratación presenta un mayor nivel de compromiso organizacional (véase Tabla 12).

Tabla 10. Análisis de varianza (ANOVA) por factores del compromiso organizacional según el área de trabajo.

Factor	Área de Trabajo	N	Media	F	Sig. (bilateral)
Compromiso Emocional				2.127	.034*
	Mantenimiento	12	2.9167		
	Seguridad y Botones	15	3.1733		
	Cocina	11	2.3818		
	Camareros	5	2.5200		
	Restaurante	12	3.1667		
	Contraloría	18	2.8889		
	Recepción	6	2.7333		
	Ventas	5	2.5600		
	Ama de llaves	19	2.5158		
	Comité Ejecutivo	7	2.8000		
Compromiso Ético				2.602	.010*
	Mantenimiento	12	2.5417		
	Seguridad y Botones	15	2.9667		
	Cocina	11	2.2500		
	Camareros	5	2.2500		
	Restaurante	12	2.6875		
	Contraloría	18	2.1667		
	Recepción	6	2.1667		

	Ventas	5	2.3000		
	Ama de llaves	19	2.2500		
	Comité Ejecutivo	7	2.2857		
Compromiso de Permanencia				2.765	0.084
	Mantenimiento	12	2.3056		
	Seguridad y Botones	15	2.5778		
	Cocina	11	2.3333		
	Camareros	5	2.2667		
	Restaurante	12	2.7778		
	Contraloría	18	1.9815		
	Recepción	6	2.1111		
	Ventas	5	1.8667		
	Ama de llaves	19	2.3860		
	Comité Ejecutivo	7	2.0000		

Nota: * $p \leq .05$

Fuente: elaboración propia.

Se realizó la prueba Post Hoc de Bonferroni y los resultados se presentan en la Tabla 10, la cual muestra que existen diferencias estadísticamente significativas en los factores de compromiso emocional y compromiso ético según el área de trabajo de los colaboradores, mientras que en el factor de compromiso de permanencia no se encontraron diferencias significativas, lo que indica que este último se percibe de manera similar en todos los departamentos con medias bajas en general.

En el compromiso emocional, se observa que las áreas de Seguridad y Botones ($\bar{x} = 3.17$) y Restaurante ($\bar{x} = 3.16$) presentan los niveles más altos, reflejando un mayor sentido de orgullo y pertenencia; en contraste, el área de Cocina ($\bar{x} = 2.38$) muestra la media más baja, indicando un vínculo emocional más débil hacia la organización.

Por su parte, en el compromiso ético, las diferencias también resultan significativas, siendo las áreas de Seguridad y Botones ($\bar{x} = 2.96$) y Restaurante ($\bar{x} = 2.68$) las que alcanzan los valores más altos, mientras que los niveles más bajos

se presentan en Contraloría ($\bar{x} = 2.16$) y Recepción ($\bar{x} = 2.16$), lo que refleja, que en estos departamentos, los colaboradores no sienten un fuerte deber moral o lealtad hacia la empresa.

Finalmente, en el compromiso de permanencia, no se identificaron diferencias significativas entre las áreas de trabajo ($p = .084$). Las medias en todos los departamentos se mantienen por debajo del valor de 3 en la escala Likert, lo que indica, que de manera general, los colaboradores no perciben altos costos de salida ni consideran que abandonar la empresa afecte significativamente sus metas u oportunidades.

Tabla 11. Análisis de varianza (ANOVA) por factores del compromiso organizacional según la antigüedad de los colaboradores.

Factor	Antigüedad	N	Media	F	Sig. (bilateral)
Compromiso Emocional				2.012	.071
	De 6 meses a 1 año	24	2.8667		
	De 1 a 3 años	31	2.5613		
	De 4 a 6 años	20	2.8300		
	De 7 a 9 años	4	2.4500		
	De 10 a 12 años	10	3.1200		
	De 13 a 15 años	3	2.3333		
	De 16 a más años	18	3.0667		
Compromiso Ético				2.198	.049*
	De 6 meses a 1 año	24	2.4271		
	De 1 a 3 años	31	2.2823		
	De 4 a 6 años	20	2.4000		
	De 7 a 9 años	4	2.2500		
	De 10 a 12 años	10	2.9500		
	De 13 a 15 años	3	1.7500		
	De 16 a más años	18	2.4861		
				1.262	.281

Compromiso de Permanencia	De 6 meses a 1 año	24	2.3611		
	De 1 a 3 años	31	2.1935		
	De 4 a 6 años	20	2.3000		
	De 7 a 9 años	4	2.3333		
	De 10 a 12 años	10	2.8000		
	De 13 a 15 años	3	1.7778		
	De 16 a más años	18	2.2407		

Nota: * $p \leq .05$

Fuente: elaboración propia.

La tabla 11 indica, que en el compromiso ético, se observa a los trabajadores entre 10 y 12 años de antigüedad presentando la media más alta ($\bar{x} = 2.95$), lo que refleja una mayor percepción de lealtad y obligación moral hacia la empresa. En contraste, los colaboradores con 13 a 15 años de antigüedad registran la media más baja ($\bar{x} = 1.75$), lo que indica un menor sentido de deber o gratitud hacia la organización. Estos resultados sugieren que el compromiso ético puede verse influido por la trayectoria laboral, alcanzando su punto más favorable en la etapa media de permanencia y disminuyendo en ciertos grupos de mayor antigüedad.

En el compromiso emocional y el compromiso de permanencia no se encontraron diferencias estadísticamente significativas. Aunque existen variaciones en las medias, estas se mantienen en rangos bajos y relativamente homogéneos, lo que indica que independientemente de los años trabajados, los colaboradores perciben niveles similares de identificación con la empresa y de costos asociados a su permanencia.

Tabla 12. Comparación de las medias poblacionales de los factores del compromiso organizacional según el tipo de contrato.

Factor	Tipo de Contrato	N	Media	D.E.	t	Sig. (bilateral)
Compromiso Emocional					0.111	0.912
	Confianza	58	2.8069	0.69279		
	Sindicalizado	52	2.7923	0.67906		
Compromiso Ético					1.362	0.176
	Confianza	58	2.3362	0.64813		
	Sindicalizado	52	2.5000	0.60836		
Compromiso de Permanencia					2.481	0.015*
	Confianza	58	2.1494	0.70689		
	Sindicalizado	52	2.4808	0.69047		

Nota: * $p \leq .05$ Fuente: elaboración propia.

La tabla 12 muestra los resultados de la prueba t de Student para comparar el nivel de compromiso organizacional entre los colaboradores con distinto tipo de contratación (confianza y sindicalizados). Los resultados muestran que en los factores de compromiso emocional ($t = 0.111$; $p = .912$) y compromiso ético ($t = 1.362$; $p = .176$) no existen diferencias estadísticamente significativas, lo que indica que la identificación afectiva con la empresa y la percepción de deber moral hacia la organización se mantienen en niveles similares en ambos grupos.

En contraste, en el compromiso de permanencia sí se identificó una diferencia estadísticamente significativa ($t = 2.481$; $p = .015$). Los colaboradores sindicalizados ($\bar{x} = 2.48$) muestran un puntaje más alto en comparación con los de confianza ($\bar{x} = 2.14$), lo que sugiere que los primeros perciben mayores costos asociados a abandonar la empresa. Esto puede explicarse por los beneficios colectivos, la seguridad laboral y el respaldo sindical que ofrecen sus contratos, elementos que influyen en su decisión de permanecer en la organización.

Para concluir, los análisis estadísticos de la investigación se aplicó una correlación de Pearson (ver Tabla 13), donde se confirma que los factores del compromiso organizacional están estrechamente relacionados entre sí. El compromiso emocional se asocia positivamente con el compromiso ético ($r = .608$; $p < .01$), lo que significa que a medida que los colaboradores sienten mayor orgullo y pertenencia hacia la empresa, también tienden a desarrollar un mayor sentido de lealtad y deber moral. Esto es consistente con la idea de que la identificación afectiva con la organización fortalece actitudes de reciprocidad y fidelidad hacia la misma. De manera similar, el compromiso ético mantiene una relación positiva con el compromiso de permanencia ($r = .443$; $p < .01$), lo que indica que cuando los trabajadores perciben un deber moral hacia la empresa, también se incrementa su disposición a permanecer en ella, incluso si existieran oportunidades externas.

Aunque la correlación es más débil, el compromiso emocional se vincula con el compromiso de permanencia ($r = .226$; $p < .05$). Esto sugiere que los colaboradores que se sienten emocionalmente vinculados con la organización perciben en mayor medida costos de salida, y por tanto, muestran mayor inclinación a permanecer. En conjunto, estos resultados refuerzan la noción de que el apego afectivo hacia la empresa no solo impacta la identidad del trabajador, sino también la forma en que este se compromete moralmente y decide mantenerse dentro de la organización.

De igual manera, la correlación muestra asociaciones significativas entre la edad de los colaboradores y dos de los factores del compromiso organizacional. La edad se relaciona positivamente tanto con el compromiso emocional ($r = .312$; $p < .01$) como con el compromiso ético ($r = .230$; $p < .05$), lo que indica que los trabajadores de mayor edad tienden a mostrar un mayor apego afectivo hacia la organización, así como un sentido más fuerte de lealtad y deber moral. En cambio, no se encontró relación significativa entre la edad y el compromiso de permanencia, lo que sugiere, que aunque los empleados de más edad se identifican y muestran fidelidad hacia la empresa, no necesariamente perciben mayores costos de salida en caso de renunciar. Por otra parte, la antigüedad en el puesto no mostró correlaciones significativas con ninguno de los factores, lo que implica que el tiempo trabajado en la empresa no determina el grado de compromiso organizacional.

Tabla 13. Correlación entre los factores de compromiso organizacional con la edad y antigüedad de los colaboradores.

Factores	C. Emocional	C. Ético	C. Permanencia	Edad	Antigüedad
Compromiso Emocional	1	.608**	.226*	.312**	0.155
Compromiso Ético		1	.443**	.230*	0.088
Compromiso de Permanencia			1	0.119	0.008
Edad				1	.581**
Antigüedad					1

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES.

El presente estudio permitió identificar el nivel de compromiso organizacional en los colaboradores de un hotel del sector turístico en Villahermosa, Tabasco, considerando tres factores fundamentales: compromiso emocional, compromiso ético y compromiso de permanencia. Los resultados evidencian, que el compromiso emocional es el factor con mayor valoración, lo que refleja que los trabajadores manifiestan orgullo y sentido de pertenencia hacia la empresa, aunque sin llegar a niveles elevados. Por su parte, los factores de compromiso ético y permanencia presentan medias por debajo del valor de referencia en la escala Likert, lo que confirma que los colaboradores no perciben un fuerte deber moral ni costos significativos asociados a abandonar la organización, configurando así un compromiso organizacional en general débil.

Estos hallazgos concuerdan con lo expuesto por Sánchez y Sánchez (2022), quienes demostraron una relación significativa entre la seguridad laboral y el compromiso organizacional, indicando que el sentido de pertenencia puede consolidarse cuando existen condiciones estables en el entorno de trabajo.

Los resultados guardan relación con lo encontrado por Gallegos y Ramón (2016), al señalar que la satisfacción y el bienestar laboral son fundamentales para estimular un mayor compromiso del capital humano en el sector hotelero. De manera similar, Ojeda, Talavera y Berrelleza (2018) identificaron que el compromiso afectivo suele ser el principal predictor del compromiso organizacional, lo que coincide con la relevancia encontrada en este estudio respecto al componente emocional.

El análisis ANOVA reveló diferencias estadísticamente significativas en los factores de compromiso emocional y ético según el área de trabajo, destacando que colaboradores de Restaurante y Seguridad y Botones mostraron mayores niveles de compromiso en comparación con áreas como Cocina y Contraloría, lo que sugiere que el contexto laboral inmediato influye en la percepción de compromiso. En contraste, la antigüedad de los trabajadores no resultó ser un factor determinante, confirmando que los años laborados no generan diferencias significativas en los niveles de compromiso. Por otra parte, la prueba t mostró diferencias en el compromiso de permanencia de acuerdo con el tipo de contrato, siendo los sindicalizados quienes presentan mayores niveles en este factor, lo cual puede explicarse por la estabilidad y beneficios asociados a su esquema laboral.

Finalmente, la correlación de Pearson indicó que la edad mantiene una relación positiva con el compromiso emocional y ético, lo que sugiere que los colaboradores de mayor edad muestran mayor identificación y sentido de lealtad hacia la organización, mientras que la antigüedad laboral no presentó correlaciones significativas, reiterando lo señalado en los análisis de varianza.

Con base en lo anterior, los resultados aportan evidencia útil para la alta dirección del sector hotelero, al señalar áreas de oportunidad específicas para fortalecer el compromiso organizacional. Algunas estrategias que pueden implementarse incluyen:

1. Refuerzo del compromiso emocional: establecer programas de reconocimiento, integración y comunicación interna que fortalezcan el orgullo de pertenencia.

2. Impulso del compromiso ético: diseñar planes de capacitación que promuevan valores de reciprocidad y lealtad, junto con políticas de reconocimiento al esfuerzo colectivo.
3. Mejora del compromiso de permanencia: ofrecer esquemas de desarrollo profesional, beneficios a largo plazo y programas de estabilidad laboral que reduzcan la percepción de bajos costos al renunciar.
4. Atención a áreas críticas: priorizar a los departamentos que registran menores niveles de compromiso (como Cocina y Contraloría), aplicando estrategias focalizadas de motivación y liderazgo.

En síntesis, esta investigación confirma la importancia de atender el compromiso organizacional como un factor clave para el rendimiento, la permanencia y la satisfacción de los colaboradores en el sector hotelero. Su fortalecimiento no solo incrementa la estabilidad del capital humano, sino que también impacta directamente en la calidad del servicio, la productividad y la competitividad de la organización en un entorno altamente exigente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Adams, J. (2016). Toward an Understanding of Inequity. *Journal of Abnormal and Social, Psychology*. 67 (5), 422-436. <https://doi.org/10.1037/h0040968>
2. Ruiz de Alba, J. (2013). El compromiso organizacional: Un valor personal y empresarial en el marketing interno. *Revista de Estudios Empresariales*. 1, 67-86 <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/847>
3. Castañeda, S. (2019). Endomarketing y aprendizaje organizacional: una herramienta para la gestión. *Novum, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*. 2, (9), 184-196. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/76345>
4. Cernas, D., Mercado, P. y León, F. (2018). Satisfacción laboral y compromiso organizacional: prueba de equivalencia de medición entre México y Estados Unidos. *Contaduría y Administración*, 63 (2), 1-23. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.986>.

5. Gallegos, V., y Ramón, A. (2016). Análisis de la satisfacción laboral y su influencia en el compromiso organizacional de los empleados en los hoteles y hostales de la ciudad de Cuenca, 2015, Caso de estudio: Hotel Mansión Alcázar, Hotel Yanuncay, Hotel Casa Ordoñez y Hostal Monasterio. Tesis de grado. Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/24350>
6. Ojeda, M., Talavera, R. y Berrelleza, M. (2018). Estudio del tipo y grado de compromiso organizacional y su relación con la percepción de apoyo organizacional en la industria hotelera en la ciudad de Tijuana, México. Revista Iberoamericana de Sistemas, Cibernética e Informática. 15 (3), 118 – 130. <https://www.iiisci.org/Journal/RISCI/FullText.asp?var=&id=CA139ZP17>
7. Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Education.
8. Huaroc, B. (2022). La influencia de los roles gerenciales en el compromiso organizacional del sector hotelero: el caso de DM Hotel Tacna. Tesis de grado. Universidad Privada de Tacna. <http://161.132.207.135/handle/20.500.12969/2729>
9. Sánchez, K. y Sánchez, M. (2022). La seguridad laboral y el compromiso organizacional del personal del sector hotelero de la ciudad de Lima, Perú. Revista del Instituto de Investigación de la Facultad de minas, metalurgia y ciencias geográficas. 25, (49). 285-293. <https://doi.org/10.15381/iigeo.v25i49.23005>
10. Oviedo, H. y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente Alfa de Cronbach. Revista Colombiana de Psiquiatría, 34 (4), 572-580. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
11. Valdés, A.A., García, F.I., Torres, G.M., Urías, M., y Samhir. C. (2019). Medición en investigación educativa con el apoyo del SPSS y el AMOS. México: Departamento de Educación, Instituto Tecnológico de Sonora. [https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-sociales/MEDICI%C3%93N%20EN%20INVESTIGACI%C3%93N%20\(1\).pdf](https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-sociales/MEDICI%C3%93N%20EN%20INVESTIGACI%C3%93N%20(1).pdf)

DATOS DE LOS AUTORES.

1. José de Jesús Guevara Martínez. Egresado de la Maestría en Administración. Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Correo electrónico:

servicio.guevara@hotmail.com

2. Abraham Gerardo Pérez Sandoval. Doctor en Alta Dirección por el Instituto Universitario Puebla, Maestro en Administración y Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Profesor Investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SNII-CONAHCYT. Correo electrónico: lcp_sandoval88@hotmail.com

3. Aldo Alexis Juárez Domínguez. Doctor en Ciencias de lo Fiscal por el Instituto de Especialización para Ejecutivos, Maestro en Derecho Fiscal por la Universidad del Valle de México, Maestro en Finanzas por la Universidad Da Vinci y Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Profesor Investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en la División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA). Correo electrónico: aldojuarezd@hotmail.com

RECIBIDO: 6 de septiembre del 2025.

APROBADO: 19 de octubre del 2025.