

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO

Facultad de Psicología y Ciencias Sociales

Programa de Psicología

**IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE EPM (EMPRESAS
PÚBLICAS DE MEDELLÍN) QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE PRÁCTICA
PROFESIONAL QUE FAVORECEN LA MOTIVACIÓN LABORAL**

Preparado por

Karla Melissa Contreras Velásquez

Diana Gisela Gutiérrez Olaya

Envigado

2013

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN	7
1. OBJETIVOS	10
1.2.1. Objetivo general	10
1.2.2. Objetivos específicos	10
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
3. JUSTIFICACIÓN	19
4. MARCO INSTITUCIONAL	21
4.1.1 Historia	22
4.1.2 Edificio EPM	24
4.1.3 Pensamiento estratégico	25
4.1.4 Todo está sujeto a la fórmula para ganar	26
4.1.5 Valores Institucionales 	27
4.1.6 Grupo Epm	28
4.1.7 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	29
5. Marco Referencial	30
6. Marco Teórico	37
6.1 La formación de las representaciones sociales	39

7. Diseño metodológico	44
7.1 Método de muestreo y muestra	46
7.1.1 Técnicas de recolección de información	46
7.1.2 Instrumentos de recolección de información	47
7.1.3 Plan de recolección y análisis de la información	50
7.1.4 Plan de análisis	50
7.1.5 Avances en los resultados	50
7.1.6 Impacto y resultados esperados	50
7.1.7 Descripción y análisis de categorías	51
8. Conclusiones	60
9. Recomendaciones	64
10. Compromisos y estrategias de comunicación	65
10.1 Consideraciones éticas	65
11. Bibliografía	66
ANEXOS	69

RESUMEN

La presente investigación surge de la necesidad de indagar sobre los imaginarios y representaciones sociales de los estudiantes en práctica de EPM, de ahí surge la pregunta, ¿Cuales imaginarios y representaciones sociales tienen los practicantes sobre EPM (Empresas Públicas de Medellín) que puedan favorecer la motivación laboral?; para dar respuesta, se realizó una entrevista semiestructurada, compuesta por imaginarios antes de comenzar su práctica, y durante la misma. De estas emergen categorías, tales como: sentido de pertenencia e identidad, entre otras. Como conclusiones se pudo identificar que estas categorías inciden directamente en la motivación laboral de los estudiantes en práctica de distintas áreas del saber (Ingenierías, administración, psicología etc.).

El estudio de esta investigación es de corte cualitativo que consiste en utilizar la recolección de datos no estandarizados utilizando herramientas de la técnica etnográfica; en la cual no se efectúa una medición numérica, cabe notar que el análisis no es estadístico, por eso la recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). Otro punto de interés son las interacciones entre individuos, grupos y colectividades.

Los resultados de las entrevistas se codificaron y se llevaron a una categorización para llevar a cabo el análisis de las respuestas frente a la pregunta de investigación.

PALABRAS CLAVES: Motivación laboral, imaginarios sociales, representaciones sociales, empresas publicas de Medellín EPM, estudiantes de práctica.

ABSTRACT

This research resulted from a need to enquire about the imaginaries and social representations of the interns at the Empresas Publicas de Medellin (EPM). It attempted to answer the following research question: What imaginaries and social representations do the EPM's interns have, that could encourage working-related motivation? To answer the question, semi-structured interviews made up of imaginaries were carried out, both before and during the internship.

The emerging findings from the interviews included categories such as a sense of belonging and identity among others. We were also able to conclude that the afore-mentioned categories directly affect the interns' work-related motivation in different professional areas (Engineering, Psychology, Business Administration, etc).

The research methodology was focused on qualitative methods consisting of the analysis of non-standard data collection using the ethnographic technique, which applies to a numeric measure. In addition, this research's approach was non-statistical and the data collection was intended to gather the different perspectives and points of view from the research

participants (emotions, experiences, meaning and other subjective aspects). It is also important to note the individual, group and collective interactions.

In order to address the research question, the interviews' results were codified and given a special category.

KEY TERMS: work-related motivation, social imaginaries, social representations, Empresas Publicas de Medellin (EPM), interns.

INTRODUCCION

En la presente investigación se intenta comprender cuales son los factores propios de las representaciones e imaginarios sociales que tienen los practicantes de EPM en las diferentes áreas del conocimiento, con la finalidad de comprender los elementos emergentes de las concepciones que estos tienen y la relación con la motivación laboral en la práctica.

Si bien la práctica es un requisito en ciertos programas, para los estudiantes no es solamente esto, ya que las diferentes agencias no tienen en cuenta los determinantes propios de la legislación que velan por el buen trato y la remuneración que se debe dar en estos procesos.

Por esto, la motivación que los estudiantes presentan, más que configurarse en su remuneración económica del buen desempeño del cargo, puede tener que ver con la manera de pensar que trae el practicante sobre su agencia de práctica, por esto se pretende identificar las representaciones e imaginarios de los estudiantes influidos por el medio en el que se encuentran, social, cultural y las impresiones que ellos mismos han constituido de su agencia de práctica y como pueden esos imaginarios y representaciones incidir en la respuesta a las necesidades profesionales y los factores motivacionales.

Una vez se conocen estas características propias que inciden en la motivación, se podrá tener una información de utilidad para los procesos de formación y capacitación de los estudiantes y se podrán generar como elementos posteriores a esta investigación, posibles capacitaciones que incentiven la motivación laboral en los practicantes y que intervenga de manera profunda en la forma en la que ellos tengan su desempeño.

En la estructura investigativa se utilizó una investigación con características del diseño etnográfico en la postura clásica que se trata de una modalidad cualitativa en la cual se analizan temas culturales y de las relaciones sociales. El ámbito de investigación puede ser un grupo, o una colectividad una comunidad, en la que sus miembros compartan una cultura determinada (forma de vida, creencias comunes, posiciones ideológicas, ritos, valores, símbolos, prácticas e ideas tanto implícitas como explícitas) a sí mismo en este diseño se consideran casos típicos como la cultura y excepciones, contradicciones, y sinergias. Los resultados se conectan con las estructuras sociales- (Hernandez Sampieri, 2000).

El instrumento que se utilizó en la investigación fue una entrevista de conocimiento externo e interno de las representaciones e imaginarios de la empresa aplicada a 10 estudiantes de diferentes áreas y carreras, en la que se trajeron al discurso los imaginarios y representaciones de la misma antes y después de estar dentro de la organización; con esta información codificada emergieron unas categorías las cuales se analizaron de acuerdo a los contenidos repetidos o constantes en las respuestas de los estudiantes, estos dieron como

resultado la percepción, la imagen corporativa, responsabilidad social empresarial, sentido de pertenencia, competente para el campo laboral y orientación al logro, estas como ya se dijo anteriormente fueron repetidos en su discurso y por tanto en los resultados de su motivación laboral muy influenciados por la imagen de la organización que aun después de conocerla sigue vigente en un alto valor calificativo.

Los resultados analizados muestran el alto nivel de aprecio y significación laboral que resultan de la práctica realizada en la organización, esta investigación nos permitió tener contacto y conocer las motivaciones de los estudiantes, más allá de la expectativa de vinculación laboral, además de tener el concepto que tienen estos durante su proceso formativo relacionado con la motivación laboral e ideas de su progreso, que podría permitira que la empresa tuviera las herramientas y bases suficientes para instaurar en los estudiantes la idea de que su proceso formativo es una etapa que se debe disfrutar desde la perspectiva formadora y no tanto como una garantía de vinculación en el orden laboral.

1. OBJETIVOS:

1.2.1 Objetivo General:

Indagar cuáles imaginarios y representaciones sociales traen los practicantes a EPM que favorecen la motivación laboral

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Categorizar los imaginarios y representaciones sociales sobre las prácticas en la agencia EPM que poseen los practicantes de la misma.
- Interpretar, a partir de una entrevista cuales son las representaciones previas al contacto con EPM, por parte de los estudiantes.
- Discutir de que manera los imaginarios y representaciones sociales que tienen los practicantes sobre EPM, influyen en su motivación laboral.

2. Planteamiento del problema

En Colombia existen diversas problemáticas en los ámbitos de la educación y el trabajo. En la intersección de esos dos campos se viven agudos problemas como la inserción laboral y acceso al primer empleo.

En nuestra Constitución Política se dan las notas fundamentales de la naturaleza del servicio educativo. Allí se indica, por ejemplo, que éste se trata de un derecho de la persona, de un servicio público que tiene una función social y que corresponde al Estado regular que ejercer la suprema inspección y vigilancia respecto del servicio educativo con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos. También se establece que se debe garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

El sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica primaria con cinco grados, secundaria cuatro grados, la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior. La educación Superior es regulada por la Ley 30 de 1992.

Las características generales más importantes de la educación superior en Colombia son entendidas como, un servicio público que puede ser ofrecido tanto por el Estado como por particulares, y se realiza con posterioridad a la educación media.

Se han definido varios tipos de Instituciones según su naturaleza y objetivos, como son: Instituciones Técnicas Profesionales, Instituciones Tecnológicas, Instituciones Universitarias y Universidades.

Uno de los estamentos en educación y formación para el empleo es el SENA, por medio de esta entidad se crea la Ley 789 de 2002, la cual establece que las empresas están obligadas a contratar un aprendiz por cada 15 trabajadores. La relación de aprendizaje le permitirá a la empresa desarrollar un papel conformador en el proceso formativo del aprendiz por un tiempo determinado no superior a dos (2) años. Por esto, el aprendiz recibirá un apoyo de sostenimiento mensual que será, como mínimo en la fase lectiva, el equivalente al cincuenta por ciento (50%) de un (1) salario mínimo mensual legal vigente. Durante la fase práctica, ese apoyo de sostenimiento mensual será equivalente al setenta y cinco por ciento (75%) de un salario mínimo mensual legal vigente. (Sena, 2012).

De esta manera las empresas se acogen a la ley apoyando el proceso de formación del aprendiz, garantizando una construcción del conocimiento en ambos sentidos, tanto para el aprendiz como para el empresario. Una evidencia clara es El Decreto 1779 del 18 de mayo de 2009 que enuncia la posibilidad de que los empleadores no exceptuados de contratar

aprendices, aumenten voluntariamente el número de aprendices patrocinados con alumnos del SENA, en la siguiente proporción, siempre y cuando no hayan reducido el número de empleados vinculados a la empresa en los tres meses anteriores a la fecha en la que se solicite la aplicación del beneficio, ni reduzcan la nómina durante la vigencia de los contratos de aprendizaje voluntarios. Es así, como de esta forma, empresas con más de 200 empleados podrán vincular tantos aprendices como el equivalente al 20% del número total de empleados de la respectiva empresa (Sena, 2012).

Teniendo en cuenta estas políticas públicas las empresas generan sostenimiento económico al país, proporcionando espacios de aprendizaje en los jóvenes estudiantes, por esta razón surge la Ley 375 de 1997, llamada ley de la juventud, que tiene como propósito dar lineamientos para resolver las agudas problemáticas juveniles, que se viven en Colombia desde la década de los 80's. (Lloreda, 1998).

Asuntos como sus altas tasas de desempleo y la falta de educación requieren la intervención de políticas focalizadas, que se complementen y se integren en acciones para garantizar el desarrollo y las libertades de los jóvenes en pro de la equidad. La ley de la juventud mencionada anteriormente, es pertinente para orientar las políticas de inserciones laborales actuales, y la forma como se establecen estos vínculos, es así como se tiene un acercamiento a las motivaciones que sostienen los estudiantes al momento de ingresar a una organización aplicada a un contexto laboral.

La ley permite ahora la remuneración de los aprendices no por debajo del salario mínimo y establece la obligatoriedad de contratar aprendices para las empresas que ocupen quince o más trabajadores, o como alternativa, cancelar una cuota monetaria, destinada a financiar un fondo para la promoción empresarial del SENA.

De igual forma se tendría que referenciar la población en Colombia en cuanto a desempleo, que describe de la siguiente forma según el DANE en el trimestre abril - junio de 2012, la población de 14 a 26 años representó 29,2% de la población en edad de trabajar.

Describiéndose de la siguiente manera:

- La tasa global de participación para la población joven fue 56,7%.
- La tasa de ocupación se ubicó en 45,9%.
- La tasa de desempleo fue 19,1%.
- La tasa de desempleo fue 25,2% para las mujeres jóvenes y 14,7% para los hombres jóvenes.
- Del total de la población en edad de trabajar 43,3% correspondió a inactivos.(Dane, 2012)
- Al interpretar la anterior información, puede evidenciarse el panorama de colombianos en búsqueda de opciones de empleo, toda esta fuerza apunta a empresarios y/o empresas del orden industrial, comercial y de servicios que tienen mayor influencia en el orden laboral, estas empresas a las que apuntan la motivación en nuestros estudiantes y que directamente se asocia al término laboral y

estabilidad económica, se aborda desde un proceso inconsciente de buscar esta estabilidad, llenando nuestras expectativas desde el discurso social y familiar y por lo tanto al buscar una práctica, le apuntan a las empresas que poseen trayectoria en el mercado nombradas por ciertos beneficios o empuje de las mismas.

De acuerdo con lo anterior, durante el proceso formativo se instruye en un quehacer dentro de las demandas específicas de la sociedad globalizada por ende, cuando se llega al proceso final que es la práctica y/o instancia formativa, se comienzan a establecer unas ideas e imaginarios sobre la vida laboral que apuntan en parte al deseo de ingresar al campo laboral, por este motivo se pretende ubicar dentro de los estándares más ávidos de prestigio instituciones y/o empresas que satisfagan ese deseo de ingreso laboral estable, despertando en sí una motivación positiva frente a ciertas agencias de práctica en las que se incluye dentro del mundo empresarial a EPM (Empresas Públicas de Medellín).

El concepto de motivación surge en los años 50, a partir de esta época se han dado numerosos esfuerzos por sistematizarlo. Actualmente estas teorías se clasifican en teorías de contenido motivacional y teorías de proceso motivacional. Pero en este texto se realizará una aproximación a la teoría de Herzberg, la cual es llamada Teoría de los Factores Intrínsecos y Factores Extrínsecos de la motivación que, serían los siguientes

Los factores intrínsecos a la propia tarea incluyen satisfacción por un trabajo que gusta hacer, auto reconocimiento, sentimiento de cumplir con la propia responsabilidad,

logro personal y desarrollo personal. Por otra parte, los factores extrínsecos son aquellos que satisfacen principalmente las necesidades superficiales básicas. (Carrillo, 2000)

El ciclo motivacional comienza cuando surge una necesidad, esta es una fuerza dinámica y persistente que origina el comportamiento. (Chiavenato, 2001).

Ya se definió un poco el concepto de motivación que es parte fundamental de lo que se busca investigar pero también se define lo que es la educación en Colombia como un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes. (nacional, 2009).

En psicología social se ha impuesto, de manera similar, la noción de “representaciones sociales”; como dice Denise Jodelet, el ser humano necesita identificar y resolver los problemas que le plantea el mundo que lo rodea. “Por eso fabricamos representaciones que nos guían en la manera de nombrar y definir en conjunto diferentes aspectos de nuestra realidad cotidiana, que nos guían en la manera de interpretarlos y de enfrentarlos” (Álvarez, et al, 2001).

Teniendo un concepto imaginado dentro del discurso de muchos de los estudiantes, este concepto imaginado o imaginario constituye a una categoría clave en la interpretación de la comunicación en la sociedad moderna como producción de representaciones e imaginarios. Lo deseable, lo imaginable y lo pensable de la sociedad actual encuentra

definición en la comunicación pública. Por lo cual, ésta se convierte en el espacio de construcción de identidades colectivas a la manera de “verse, imaginarse y pensarse como”. Esta perspectiva permite entender las cuestiones de cultura como desde la reflexión de la identidad a la reflexión sobre la diversidad. (Cabrera, 2003)

El abordaje de los imaginarios sociales en cuanto a las empresas y el sector empresarial no es una herramienta común para los investigadores, ya que podría pensarse que es inadecuado aproximarse desde los métodos histórico-hermenéuticos a prácticas de corte empírico-analítico, propio de la aplicación de técnicas de medición y del ejercicio de una psicología no tan próxima a lo social, pero realmente, se trata de explorar las representaciones sociales sobre las motivaciones laborales que tiene los practicantes de práctica profesional de las grandes empresas a lo largo de su estancia en ellas, en este caso específico trabajaremos los imaginarios sobre EPM Empresas Públicas de Medellín, ya que dicha empresa antioqueña cuenta con uno de los posicionamientos más altos en cuanto a prestigio e interés laboral en el área de Medellín. Permittedo reconocer los factores motivacionales constituidos y sustentados por las representaciones que tienen los practicantes a la hora de comenzar la práctica y, como se hablaba previamente, identificar esos factores existentes que no corresponden a una bonificación salarial, así la ley lo indique.

Surge así la pregunta sobre la posibilidad de comprender ¿cuales imaginarios y representaciones sociales tienen los practicantes sobre EPM (Empresas Públicas de Medellín) que puedan favorecer la motivación laboral?

Lo que indica que estos imaginarios y representaciones no serán los ya constituidos en fases anteriores de estas formaciones culturales, sino los que emergen y perduran en la motivación laboral durante el proceso de práctica dentro de la empresa.

Si bien estos imaginarios denotan la autonomía de cada cultura, no se constituyen auto reflexión aislada de cada comunidad. En efecto, en ellos manifiestan también diferentes formas de negociación política por su autonomía: sus resistencias y adaptaciones al conocimiento moderno y su encuentro con otros imaginarios.

3. Justificación

El mundo de lo imaginado ha sido una fuente de investigación desde la psicología social ya que ha dado un aporte importante al conocimiento de las comunidades y grupos específicos, en este caso se trabaja el grupo empresarial EPM como escenario laboral y/o agencia de práctica de 282 practicantes universitarios y aprendices en diferentes áreas del saber, la población en la que se enfoca el proyecto son 80 practicantes de los cuales se toma una muestra de 10 practicantes universitarios de distintas profesiones.

Éste trabajo de investigación es importante porque le permitirá a EPM conocer las motivaciones de los estudiantes, más allá de la expectativa de vinculación laboral por lo tanto, identificar la concepción que tienen estos durante su proceso formativo relacionado con la motivación laboral e ideas de su progreso, permitiría que la empresa tuviera las herramientas y bases suficientes para instaurar en los estudiantes la idea de que su proceso formativo es una etapa que se debe disfrutar desde la perspectiva formadora y no tanto como una garantía de vinculación en el orden laboral, además dota de conocimientos propicios para la adecuación de las capacitaciones que la empresa viene realizando en cuanto a las oportunidades que esta presenta para la comunidad en general y con las cuales configuran en sus empleados, bien sean profesionales o practicantes, un sentido de pertenencia que se irradia a la comunidad en general e incentiva a las nuevas generaciones de practicantes.

En el proceso organizacional el talento humano es el valor que hace la diferencia en las organizaciones. Los conocimientos de la organización y como lo usa son una ventaja competitiva. Es por ello que cada vez más las organizaciones giran en torno a las personas con talento y sus necesidades, porque lo que diferencia a una empresa de otra son sus habilidades (Mejia, 2007) y lo fundamental es saber gestionar ese talento.

Con este proyecto de grado se pretende identificar los factores que permitirán en un futuro y que le darán las bases a la empresa, orientar las acciones tendientes a mantener la motivación laboral de los estudiantes fundamentada en expectativas o compromisos realistas y en los imaginarios sociales coherentes con la imagen corporativa y de esta manera potencializar a mayor grado las habilidades que tienen cada uno, es así como de esta manera se logra que el estudiante aplique lo aprendido en las aulas de clase permitiendo el desarrollo en un contexto laboral y social, porque tendrá que desarrollar sus capacidades de trabajo en equipo, resolución de problemas, así que tendrá como valor agregado al final de su práctica, su desarrollo a nivel profesional, y su compromiso frente al contexto laboral, que se encontrara después de terminada su práctica.

4. Marco Institucional

EPM es una empresa de servicios públicos domiciliarios que tiene una historia para contar, con cifras y hechos de una responsabilidad social y ambiental que le da sentido a su origen, a su desarrollo y a su estrategia de negocios.

En su primera etapa, EPM sólo atendió a los habitantes de Medellín, la ciudad donde inició sus actividades en 1955. Desde entonces ha alcanzado un alto desarrollo que la sitúa a la vanguardia del sector de los servicios públicos en Colombia.

Organizada bajo la figura de “empresa industrial y comercial del Estado”, de propiedad del Municipio de Medellín, EPM imprime los más altos estándares internacionales de calidad a los servicios que presta: energía eléctrica, gas por red, agua y saneamiento.

Experiencia, fortaleza financiera, transparencia y capacidad técnica, son los principales rasgos que identifican a esta organización, cuyo enfoque principal es su responsabilidad social y ambiental.

EPM llega a 123 municipios de Antioquia. En Medellín y el Área Metropolitana del Valle de Aburra atiende a 3.6 millones de habitantes.

La búsqueda de la sostenibilidad es la clave de las actuaciones de EPM. Por eso ha sido protagonista en el desarrollo social de Medellín y de las demás ciudades de Colombia donde hace presencia con sus servicios.

De esta dinámica hacen parte programas como el de Energía Prepago, que permite prestar este servicio a miles de familias con dificultades de pago, y “Antioquia Iluminada”, que conecta a los sectores rurales más apartados de la región.

Este es el perfil de EPM, una empresa que después de recorrer todo un camino en su ciudad natal, Medellín, encontró nuevos espacios en el corazón de los colombianos. Con esa misma capacidad para acercarse a la gente y mantener la eficiencia en sus realizaciones, se abre al mundo con una historia para contar y muchos otros sueños para construir.

4.1.1 Historia

Hablar del Grupo Empresarial EPM es referirse al crecimiento de un conjunto de empresas que han definido a tiempo sus posibilidades en el nuevo entorno de los servicios públicos domiciliarios. Para lograrlo, se ha necesitado el impulso de todo un contingente humano que, desde el grupo directivo hasta el trabajador de campo, tiene claridad sobre los compromisos fundamentales que le dan vida a la organización, la calidad de sus servicios y la permanente satisfacción de sus clientes.

EPM, cabeza de este Grupo Empresarial, fue creada el 6 de agosto de 1955. A través del Acuerdo #58, el Consejo Administrativo de Medellín fusionó en un establecimiento autónomo cuatro entidades hasta ese momento independientes: Energía, Acueducto, Alcantarillado y Teléfonos.

El 18 de noviembre de 1955 la Alcaldía de Medellín reglamentó la existencia de EPM con la expedición de los Estatutos (Decreto 375), y el 25 de noviembre de ese mismo año la sancionó el Gobernador. Pero fue sólo en enero de 1956 cuando realmente EPM inició su vida administrativa.

En 1989, el Acuerdo #002 incluyó en los Estatutos el manejo y mejoramiento del medio ambiente como parte del objeto social de EPM, y cambió el nombre del servicio telefónico por el de telecomunicaciones. Este servicio fue escindido en 2007, constituyéndose la filial UNE EPM Telecomunicaciones.

Desde enero de 1998, EPM fue transformada en Empresa Industrial y Comercial del Estado, y hoy, para el ejercicio de sus actividades, se encuentra sometido a las disposiciones de la ley comercial.

Su patrimonio y sus rentas son propios y están totalmente separados de los bienes y de los fondos comunes del Municipio de Medellín. EPM no cuenta con aportes externos diferentes a la facturación por la prestación de sus servicios.

Sus transferencias anuales al Municipio de Medellín, su dueño, son destinadas íntegramente a inversión social. Por su dinámica empresarial, EPM se ha convertido en una de las mayores empleadoras de la región.

Gracias a las transferencias económicas que entrega por ley y a la protección de los recursos naturales, progresan los municipios localizados en las zonas de influencia de sus obras y proyectos. También aporta a la calidad de vida de los sectores más desprotegidos de la población a través de los subsidios por tarifas y de programas con gran impacto social.

Por sus ejecutorias en el campo de los servicios públicos y por su sólida proyección nacional e internacional, EPM fue elegida como la mejor empresa del siglo XX en Colombia.

4.1.2 Edificio Epm

El Edificio EPM está localizado entre la Avenida del Río y la carrera 58, sector conocido como La Alpujarra II, contiguo a las instalaciones del Teatro Metropolitano y el Palacio de Exposiciones y Convenciones. Es otro aporte a la ciudad en espacios amables, agradables y de gran riqueza visual. Promueve el desarrollo urbano de la zona por el manejo del espacio público y la disposición de áreas libres, zonas verdes y espejos de agua.

Tras casi 40 años de ocupar el edificio Miguel de Aguinaga, sede principal de la empresa desde el año 1957, buena parte de su equipo humano se trasladó en 1996 a la nueva sede, en un proceso que culminó a mediados de 1997.

Así como el Miguel de Aguinaga se convirtió con el paso de los años en uno de los símbolos del viejo Medellín, el nuevo edificio de EPM, por su estructura, su arquitectura y su concepción de "inteligente", se ha convertido en el gran símbolo del Medellín contemporáneo

Con el programa “Puertas abiertas”, EPM fortalece su dinámica de acercamiento con los grupos de interés, especialmente de los sectores académico y empresarial, con el fin de que conozcan su sede principal, como un referente fundamental de la capital antioqueña.

4.1.3 Pensamiento estratégico

MEGA (meta grande y ambiciosa)

La visión de EPM es: “En el año 2015 el Grupo Empresarial EPM será una corporación con ingresos por ventas equivalentes a US\$5.000 millones, de los cuales el 60% se originará en Colombia y el 40% fuera de Colombia”.

Su GEN de Aguas será el jugador latinoamericano más importante en el mundo del agua. Su GEN de Energía será un jugador importante en energía en el ámbito de Latinoamérica (sin descartar USA).

Será el inversionista individual más importante de la empresa integrada de telecomunicaciones más competitiva de Colombia, y emergentemente sirviendo la comunidad de la diáspora latinoamericana en USA y España.

4.1.4 Todo está sujeto a la fórmula para ganar

EPM es una corporación, basada en Medellín y enfocada en el Norte de Latinoamérica. Su misión está en partir de una posición predominante como proveedor de servicios públicos en Medellín, la organización crea un valor superior como estrategia:

Explotando su posición única como proveedor eficiente de todos los servicios públicos domiciliarios en Medellín.

Utilizando su reputación como operador de servicios públicos para consolidar su posición en el resto de Colombia.

Internacionalizando selectivamente, a través de sus tres GEN, sus actividades en el norte de Latinoamérica.

Profundizando y mejorando sus competencias en prospección, contratación y desarrollo de proyectos intensivos en capital.

Desarrollando un contexto de gobierno, que balancee la naturaleza pública del dueño con la sana disciplina de los mercados de capitales.

Asimismo permitiendo contextos innovadores de gobierno para aquellos negocios que irrumpen en arenas más competitivas

4.1.5 Valores Institucionales

EPM, como entidad pública prestadora de servicios, instaura la responsabilidad social como eje transversal que guía sus acciones como parte constitutiva de su estrategia de crecimiento y propósito de sostenibilidad. En su devenir como grupo, EPM se ve convocada a establecer un puente entre la organización y la sociedad, apostándole a la responsabilidad y proceder de su tejido humano.

Para ello la Organización se plantea tres preguntas: ¿En qué nivel ético se encuentra EPM?, ¿A qué nivel de desarrollo ético aspiramos?, ¿Cómo podemos alcanzar cada vez un desarrollo ético más incluyente?

La respuesta a cada una de estas preguntas parte de la observación del pensamiento organizacional que rige las acciones de nuestros funcionarios. Este pensamiento no es estático; por el contrario, va adquiriendo nuevas formas en la medida en que las personas comprenden la razón de ser de nuestro grupo empresarial e incorporan las conductas que favorecen las estrategias; dicho pensamiento entonces, no está ligado únicamente a las prácticas laborales, sino también al nivel de involucramiento organizacional que se expresa en compromisos éticos.

Los compromisos que cada uno de nosotros asumimos como sujetos laborales, con nuestra empresa, con nuestros compañeros, con nuestra comunidad, emergen de los valores que

palpitan en la organización y se materializan en nuestro trabajo del día a día. Cada valor se hace presente y cobra vida en nuestras relaciones y actuaciones.

Las conductas o comportamientos éticos, no son simples actuaciones; por el contrario, devienen de un trabajo que va de lo individual a lo colectivo, donde convergen, además, las competencias y cualidades que hacen valiosos a nuestros funcionarios, de la mano de valores organizacionales que posibilitan la integración de una ética empresarial.

4.1.6 Grupo Epm

Somos un Grupo Colombiano conformado por 44 empresas, 24 de ellas en Centroamérica, Estados Unidos y España, así como 20 en Colombia.

Actuamos unidos por el desarrollo de las regiones donde hacemos presencia con los servicios de energía eléctrica, gas natural, agua potable, saneamiento básico, recolección, aprovechamiento y disposición final de basuras, y tecnologías de información y comunicación.

Nuestra sede principal es la ciudad de Medellín, capital del Departamento de Antioquia, en la República de Colombia.

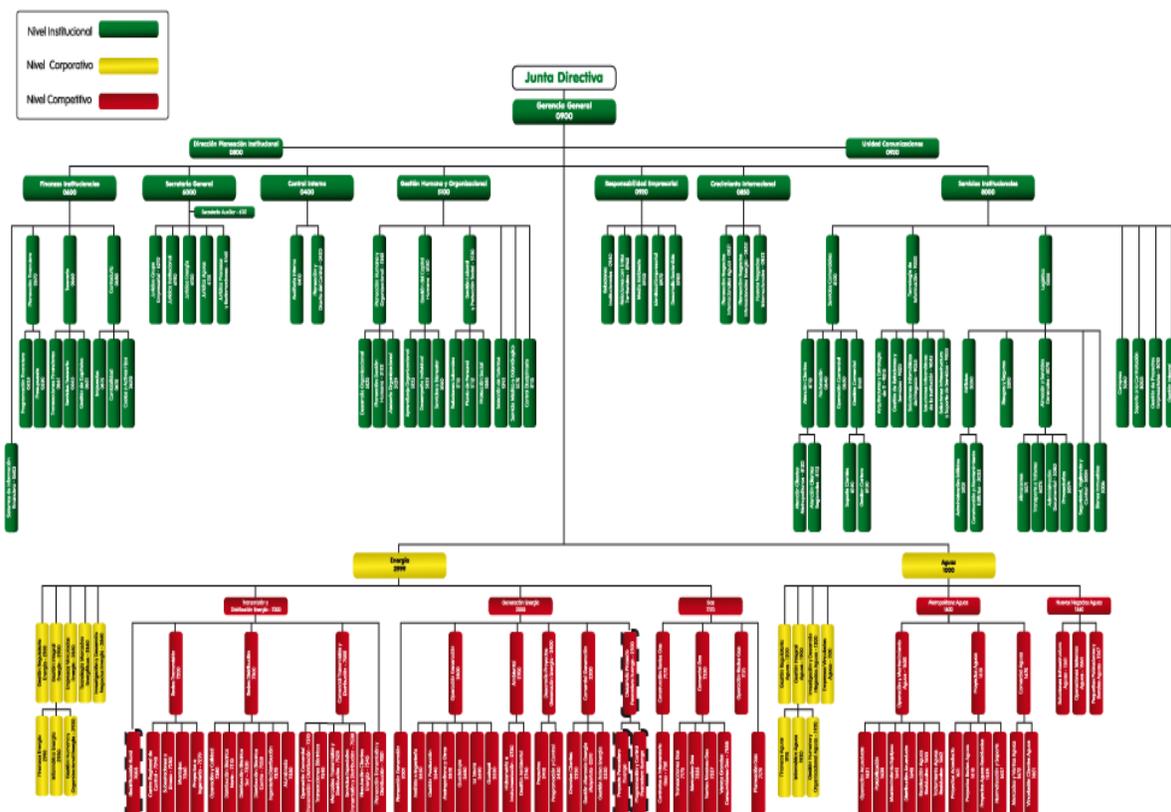
Con nuestros servicios mejoramos la vida de más de 13 millones 500 mil personas.

Nuestra estrategia es crecer con la gente, hablando el lenguaje de la sostenibilidad.

La responsabilidad social empresarial, el buen gobierno corporativo, la planeación de largo plazo y el rigor técnico, jurídico, financiero y gerencial, son pilares de nuestra estrategia.

Aportamos a la construcción de un entorno próspero en las regiones donde estamos, mediante un desempeño empresarial respetuoso en el que importan las consecuencias económicas, ambientales y sociales de nuestras actuaciones frente a los grupos de interés.

4.1.7 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA



5. Marco Referencial

Antecedentes:

Dentro de las búsquedas y rastreos bibliográficos de bases de datos de revistas indexadas que se realizaron sobre estudiantes de prácticas en cuanto a imaginarios, representaciones y motivación laboral de estudiantes universitarios se tomaron como referencia las investigaciones realizadas por los siguientes autores siguientes autores: Tania (Salazar, 2011) en su estudio habló sobre las representaciones que configuran conocimientos prototípicos de aquellos aspectos de experiencia en que son útiles, se pueden usar estratégicamente para evitar sanciones o ganar alguna clase de reconocimiento social. Como lo plantea el propio Moscovici: “Lejos de meramente almacenar ideas o sistematizar hechos, son herramientas mentales que operan en la experiencia, modelando el contexto en que el fenómeno está articulado. Quizás esto explica por qué diferentes clases de conocimientos y representaciones pueden coexistir”. (Moscovici S. , 1988).

La teoría de las representaciones sociales, fue formulada originalmente por Serge Moscovici en 1961, (para una revisión sintética ver Jodelet, 1984; Mora, 2002; Araya 2002; Wagner y Hayes 2005) por lo tanto no se ha escapado de la influencia de perspectivas dinámicas, abiertas a la heterogeneidad del pensamiento, la cultura y la acción social que concibe a las sociedades modernas(aunque en algunas investigaciones empíricas se rectifique el concepto y se destaque su carácter consensual) desde una visión dinámica las representaciones sociales se conciben como una red de conceptos e imágenes que

interactúan cuyos contenidos evolucionan con el paso del tiempo. De esta manera la evolución de esta red está supeditada por la complejidad y la velocidad de las comunicaciones, es así como sus características sociales están determinadas por las interacciones entre individuos o grupos y el efecto que tienen unos sobre otros como una función que los mantiene unidos. (Moscovici S.1988). En efecto las representaciones sociales, no son estructuras mentales independientes de las situaciones en que se ponen en juego para guiar o justificar la acción. De esta manera hay dos factores importantes en el marco de las representaciones sociales, éstas son: las cogniciones sobre los otros (creencias y valores sobre lo que piensan hacen otros grupos sociales), y las relaciones sociales en que están implicadas las personas en un ámbito de acción determinado (vínculos sociales identidades grupales), en relación con este último es significativo porque lo plantea Wagner (2001).

En este sentido las representaciones sociales no solo orientan la acción si no que sirven para justificarla (Elejabarrieta, 1994) estas representaciones serian sociales porque constituyen articulaciones de sentido a los demás.

tambien encontramos a (Vargas, 2011), En este artículo se presentan los resultados de un análisis de la teoría de las representaciones sociales con el fin de señalar su potencial para el estudio de lo educativo, aunque se ha ganado terreno en este campo, para explicar cuestiones de la vida escolar todavía queda mucho por explorar.

La crítica al concepto de representaciones sociales surge por los cuestionamientos realizados por varios autores que han cuestionado tres elementos importantes: su estatus teórico; la supuesta amplitud; y la falta de precisión del concepto, y su potencial para explicar la relación entre lo social y lo individual.

De igual manera se resaltan algunas ventajas de esta teoría para el estudio de la realidad social, en especial del ámbito educativo, como su condición interdisciplinaria, su riqueza conceptual y la posibilidad de usarla conjugando diferentes recursos metodológicos.

En este sentido se muestra que a pesar de sus limitaciones, la teoría de las representaciones sociales constituye un recurso valioso para entender las formas y las construcciones colectivas. Es una teoría que ofrece la oportunidad de trascender al determinismo social pues permite comprender el punto de vista de los actores educativos en el marco de sus contextos, social histórico, y cultural.

En síntesis después de citar unas de las cuantas críticas realizadas a la teoría de las representaciones sociales, conviene destacar sus atributos y justificar su pertinencia en el ámbito de la educación. Esta labor se cumple considerando sus cuatro ejes cardinales que son: sus fundamentos epistemológicos, su carácter interdisciplinario, sus posibilidades metodológicas y su plasticidad conceptual.

Para comprender el fundamento epistemológico, es importante destacar que la teoría de las representaciones sociales nace en los años sesenta, y es producto de una crítica a la psicología conductual, en la que la relación sujeto – objeto está basada en el circuito estímulo respuesta. Por lo tanto con la teoría de las representaciones sociales Moscovici impugna la tesis que el sujeto y el objeto son dos entidades independientes que pueden explicarse de manera separada

Teniendo en cuenta este punto el estudio de las representaciones sociales en el campo de la educación permite entender el carácter social e histórico y, a la vez subjetivo de la realidad social en el espacio escolar. Con estas bases se impugnan, las posiciones reproducionistas y deterministas en educación que por mucho tiempo negaron o velaron la dimensión simbólica y subjetiva de la realidad escolar.

Por su parte, el carácter interdisciplinario como otro de los atributos de esta teoría, desde su origen evidencia la confluencia de los aportes de la psicología y la sociología, para explicar procesos cognitivos y sociales que se integran en las representaciones sociales.

Esta interdisciplinariedad se ve favorecida por que los objetos de representación son múltiples y su estudio atañe a distintas ramas del conocimiento; a si por ejemplo la pobreza, o la marginación, problemas vinculados a la ciencia política y la económica, hoy son estudiados como representaciones sociales. En palabras Jodelet, “...es una nueva

unidad de enfoque fecunda para la psicología social y prometedora para otras ciencias sociales” (D. Jodelet, 1986)

En cuanto a las posibilidades metodológicas, el acercamiento a las representaciones sociales debe ser plurimetodológico, pues no existe un solo método que de cuenta de complejidad (Abric, 2001); para Abric existen dos métodos para acercarse a las representaciones sociales: los interrogativos, y los asociativos. Entre los primeros se encuentran la entrevista, el dibujo, la aproximación monográfica. Esta última puede incluir: encuestas sociológicas, análisis históricos, observación y técnicas psicológicas. Los métodos asociativos incluyen la asociación libre y la carta asociativa.

Otro de los elementos importantes, es la plasticidad conceptual que favorece diferentes tipos de acercamientos. Como se menciono no existe una sola forma de entender las representaciones sociales; para sintetizar se recuperan cinco elementos básicos que caracterizan las representaciones sociales (Jodelet, 2000):

1. Remiten al conocimiento de sentido común
2. Se engrandan y comportan socialmente
3. Son sistemas estructurados de significaciones, imágenes, valores, y creencias
4. Permiten a los actores interpretar y actuar en la realidad cotidiana
5. Sirven de guía para las acciones y orientan las relaciones sociales; tienen un sentido práctico.

La representación social integra un conjunto de elementos de la vida social.

Finalmente pese a las críticas estudiar las representaciones sociales implican acceder al mundo común de los individuos, significa rescatar su voz y tratar de interpretar sus palabras y acciones en el contexto socio cultural donde se generan

La última investigación revisada, referente a las representaciones sociales se encontró la realizada por serna (2002). En este trabajo se identifican a través de la propuesta teórico metodológica de las representaciones sociales, percepciones, ideas e imágenes que del aprendizaje y enseñanza de las matemáticas se de en un estudiante de nivel superior del área de física y matemáticas del instituto politécnico Nacional de la ciudad de México

Con base en lo anterior surge la necesidad de indagar en la forma como se construye el conocimiento matemático, y la forma como atienden al contexto social cultural, e institucional y como se aplica. Por este motivo se consideró la importancia atender el estudio de la vida cotidiana y el conocimiento del sentido común asociados a las matemáticas, según plantea Manuel (2003) “La importancia del conocimiento sentido común y sus respectivas imágenes, creencias y representaciones, indican la forma de pensar y, en consecuencia guían las prácticas sociales que despliegan los actores en los diversos espacios de la vida cotidiana”.

El mundo de la vida cotidiana es aquel que no únicamente se da por lo establecido como realidad por los individuos de la sociedad, en sus comportamientos significativos

sino que además el sentido común que lo constituye, se presenta como la realidad por excelencia, logrando imponerse sobre la conciencia de las personas al presentarse como una realidad ordenada, objetiva y ontogenizada. Sandra (2002)

En este sentido Moscovici (1979) plantea cuando se trata de representaciones sociales, el razonamiento causal, se deduce a la frase “dime con quién andas y te diré quién eres”. Esto es así debido a que el escenario mundial moderno propicia la fragmentación de los espacios vitales: el espacio de trabajo, la escuela, entre otros. En este escenario fragmentado es donde se construye las representaciones sociales. (Cuevas, 2004)

6. Marco Teórico

En el proyecto nos referimos básicamente a tres conceptos fundamentales: representaciones sociales, imaginarios sociales y motivación laboral, para la estructuración del mismo dándole todo el sentido epistemológico que requiere una investigación.

La dinámica de los imaginarios sociales muestra de forma contundente que la universidad es una institución social que se construye y de construye en el bullicio de lo cotidiano, en un movimiento siempre efervescente y magmático en el que se funden la historia, las determinaciones institucionales instituidas y los movimientos radicales instituyentes, hasta ir logrando acuerdos sobre las formas de actuar, decir, hacer y representar la universidad. (Peña, 2009).

Por lo tanto la universidad es un espacio social y en este empezamos con nuestras formaciones e ideaciones de lo que se llama el campo laboral y de desempeño en lo que hacemos y nos proyectamos desde que empezamos una carrera.

El imaginario sobre universidad tanto de la comunidad educativa como de los instituidos por el estado y la universidad, se construye asumiendo como base un modelo de moratoria social, en el cual se otorga un plazo al estudiante para que logre su mayoría de edad. (Peña, 2009). Por tanto se puede decir que uno sale de la universidad cuando tiene mayoría de edad y puede vincularse a una empresa o medio laboral.

Partiendo de esta introducción los estudiantes universitarios que se inscriben a los procesos de práctica en EPM vienen con ideas que son representaciones de una realidad laboral y ésta también se impregna de lo que para cada uno es esta gran empresa a nivel de sus imaginarios sociales.

Y definiendo estos conceptos empezamos con las representaciones que son como una guía de acción y marco de lectura de la realidad. Partiendo de este presupuesto, las representaciones sociales tienen alta relevancia para el abordaje de los problemas de la sociedad, ya sea usándolas como enfoque investigativo o como estrategia metodológica.

Las representaciones sociales permiten interpretar el curso de los acontecimientos y las actuaciones sociales; expresan las relaciones que las personas mantienen con el mundo y con nosotros por lo que se puede comprender cuáles son los nodos centrales y los sistemas periféricos que construyen las personas alrededor de las diferentes realidades sociales dado que se manifiestan en el lenguaje y en las prácticas, en razón de su función simbólica y de los marcos que proporciona para codificar y categorizar el mundo de la vida, la aproximación a las representaciones sociales se constituyen en un aparato teórico heurístico para profundizar en el conocimiento de las concepciones y prácticas que orienta la experiencia de vida de los diferentes grupos poblacionales. (Quintero, 2008)

6.1 La formación de las representaciones sociales

Las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas más o menos complejas; nos permiten interpretar lo que nos sucede y aun dar sentido a lo inesperado. Son categorías que sirven para clasificar las circunstancias los fenómenos y las personas con las que tenemos algo que ver son teorías que permiten diseñar la actuación cotidiana. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de la vida social, las representaciones sociales son todo esto. (Moscovici, 1986).

Las representaciones sociales se erigen de acuerdo con la forma como los contextos sociales influyen en los comportamientos, en los procesos individuales de las personas y en las acciones que los grupos sociales realizan para construir su realidad.

En los albores de constitución del concepto es importante resaltar el aporte de Jodelet (1984), quien afirma que las representaciones sociales son “una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Y correlativamente, la actividad mental desplegada por individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen”. Por otra parte Farr (1984) caracteriza las representaciones sociales como sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios, pues no representan simplemente opiniones, imágenes o actitudes, sino teorías o ramas del conocimiento que

aportan al descubrimiento y la organización de la realidad. De forma similar, destaca sistemas de valores, ideas y prácticas con una doble función: establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social para dominarlo; y posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad dotándolos de códigos para el intercambio social, para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo ya que hacen parte de su historia individual y grupal.

Otro autor que nos adentra en el concepto es Doise (1985), ampliar el concepto de las representaciones sociales al interpretarlas como “principios generadores de tomas de posición ligadas a inserciones específicas en un conjunto de relaciones que organiza los procesos simbólicos que intervienen en esas relaciones”.

Partiendo de la concepción de Jovchelovitch (1994) de que las representaciones sociales son un concepto abarcante, en tanto hacen parte de una realidad interindividual donde se articulan elementos afectivos, cognitivos y sociales, se puede inferir que su estructura no es menos compleja. (Salinas & Isaza, 2003).

Y para definir imaginarios empezaremos por decir que el concepto de imaginario por (Castoriadis, Los dominios del hombre, las encrucijadas del laberinto, 1998) afirmaba que la historia de la filosofía y de la ciencia, la de imaginación y de imaginario fue ignorada o maltratada. La imaginación ha tenido y tiene las características que el pensamiento determinista ha evitado o sea la imaginación como aquello inasible, difícil de situar y

contener, difícil de medir y definir. De la misma manera como quedo encubierta la imaginación, se encubrió la creación y su relación con el tiempo y con el ser en tanta indeterminación. Fue encubierta por una ontología que se valió de la hipercategoría de la determinación pues en esta lógica no hay espacio para la creación hay sucesos pero como realización de las leyes y de la historia que es simple sucesión del tiempo en tanto repetición: “en esa ontología la negación del tiempo como posibilidad permanente de surgimiento de lo otro es una cuestión de vida o muerte”. (Castoriadis, 1998)

Considerar que el hecho social se funda en la imaginación humana, en su capacidad creadora tanto individual como grupal hace necesario explicitar la manera como este autor asumió la imaginación.(Castoriadis, 2002).

La imaginación es...”esa facultad de innovación radical, de creación y de formación”. Las sociedades humanas creándose y recreándose desde las particularidades de sus propios contextos.

Se entenderá el imaginario social como un conjunto real y complejo de imágenes mentales, independientes de los criterios científicos de verdad y producidas en una sociedad a partir de herencias creaciones y transferencias relativamente consientes; conjunto que funciona de diversas maneras en una época determinada y que se transforma en una multiplicidad de ritmos; conjunto de imágenes mentales que sirve de producciones estéticas literarias y morales, pero también políticas científicas y otras, como de diferentes formas de

memoria colectiva y de prácticas sociales para sobrevivir y ser transmitido. (Escobar, 2000).

En lo imaginario coexisten dos grandes categorías que son:

Las imágenes: entendidas como realidades (físicas) y (mentales) que se encuentran en todos los escenarios vitales y permiten (ver la realidad) es de anotar que las imágenes son representaciones que pueden llegar a ser colectivas en cuanto sintetizan acervos de conocimiento socialmente producidos.

Los imaginarios son los marcos de referencia desde los cuales los sujetos decodifican las imágenes que le viene del contexto, y configuran las suyas propias. Claro está entendiendo las imágenes en un sentido amplio no reduciéndolas a simples fotografías o pinturas también son ideas sugerencias o creencias. Todo lo anterior los imaginarios sociales “rigen los procesos de identificación y de integración social y hacen visible la invisibilidad social.” De allí la importancia de su abordaje y su relación con el estudio del saber pedagógico.

(Valencia, 2005).

Si bien se han considerado conceptos sobre las representaciones sociales, y los imaginarios sociales, es pertinente mencionar la motivación en el ámbito laboral, precisamente va enlazada con los anteriores, y se visualiza directamente en el que hacer del día a día. La motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; es un proceso, que ocasiona, activa, orienta y dinamiza

el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.(Roussel, 2000).

Por este motivo es importante conocer el ámbito laboral, las causas que estipulan la acción humana, ya que mediante el manejo de la motivación, entre otros aspectos, los administradores pueden operar estos elementos a fin de que su organización funcione adecuadamente y los miembros se sientan más satisfechos.

Una de las teorías sobre motivación más ampliamente mencionada es la teoría de la jerarquía de las necesidades, establecida por el psicólogo Abraham Maslow a partir de observaciones clínicas (Maslow, 1943) este autor propone que la motivación humana se basa en la voluntad de satisfacer sus necesidades fisiológicas básicas hasta las necesidades más altas de la satisfacción personal.

Según Maslow,(1943); las personas tendrán motivación para satisfacer cualquiera de las necesidades que les resulten más predominantes o poderosas en un momento dado. El predominio de una necesidad dependerá de la situación presente de la persona y de sus experiencias recientes. A partir de las necesidades fisiológicas que son las básicas, se debe ir saciando cada necesidad antes que la persona desee hacerlo con las del nivel superior.

Es por esto que según las representaciones que tiene el sujeto, determinadas tanto por el ámbito social, cultural como el individual y subjetivo, harán que influya la búsqueda de

satisfacción de diversas necesidades, ya no solo a nivel físico u orgánico sino a nivel personal, desde lo social, lo político, lo académico y lo laboral, entre otros; generando en el individuo la búsqueda de satisfacción de las necesidades que les genera el medio y las que se plantean por ellos mismos

7. Diseño metodológico

Esta investigación cualitativa tiene un enfoque Histórico – Hermenéutico, el cual se concibe como visión histórica con técnicas etnográficas. Este es un proceso cognoscitivo y de interacción; una forma de estudiar la vida humana, su fenomenología y su comunidad. Los métodos cualitativos orientan una concepción diferente de la sociedad y del proceso de aproximación cognitivo, cultural y comunitario.

El diseño metodológico del proyecto es de corte cualitativo que consiste en utilizar la recolección de datos no estandarizados; no se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico. La recolección de los datos consiste, en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos) también resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. El investigador formula preguntas generales y abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje ya sea escrito, verbal, no verbal así como visual; describe y analiza los datos y los convierte en códigos y categorías de

análisis que expresan las tendencias subjetivas del grupo objeto de estudio, desde un marco teórico pertinente.

El enfoque cualitativo comprende el desarrollo natural de los sucesos, es decir no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad (Corbetta, 2003)

El método cualitativo se ha empleado en disciplinas humanísticas, como la antropología, la etnografía y la psicología social.

El diseño a utilizar es el etnográfico que consiste en describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades (Patton, 2002). La etnografía implica la descripción e interpretación profundas de un grupo o sistema social o cultural (Creswell, 1998). Cabe aclarar que este proyecto de investigación no es propiamente una etnografía, solo utilizara técnicas etnográficas

Gayous (2003) considera que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato, o contexto determinado hacen usualmente; así como los significados que le dan a ese comportamiento realizado bajo circunstancias comunes o especiales y finalmente, presenta los resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural.

Como característica del diseño etnográfico esta la postura clásica que se trata de una modalidad cualitativa en la cual se analizan temas culturales. El ámbito de investigación

puede ser un grupo, o una colectividad una comunidad, en la que sus miembros compartan una cultura determinada (forma de vida, creencias comunes, posiciones ideológicas, ritos, valores, símbolos, prácticas e ideas tanto implícitas como explícitas) a sí mismo en este diseño se consideran casos típicos como la cultura y excepciones, contradicciones, y sinergias. Los resultados se conectan con las estructuras sociales- (Hernandez Sampieri, 2000).

7.1 Método de muestreo y muestra:

Muestra no probabilística, a conveniencia y método de muestreo invitación directa. Aunque de los 80 practicantes que constituirían la población, se extrajo como muestra representativa a un practicante de cada profesión, siendo así 10 practicantes entrevistadas.

7.1.1 Técnicas de recolección de información

Entrevista semiestructurada como guía y parámetro no como guión inamovible para que permita introducir nuevas preguntas, de acuerdo a los elementos que emerjan de manera oral en la entrevista.

7.1.2 Instrumentos de recolección de información

Entrevista semiestructurada verbal en la que se tienen en cuenta los factores internos y externos propios de las representaciones sociales.

Objetivos	Actividades
<p>Identificar los imaginarios sociales sobre las prácticas en la agencia EPM que poseen los estudiantes de práctica profesional</p>	<p>1. Entrevista semi estructurada donde se indagan sobre factores internos y externos</p> <p>Posibles preguntas</p> <p>¿Hace cuanto conoce a EPM?</p> <p>¿Recuerda como conoció a EPM y que servicios ofrecía?</p> <p>¿Según los recuerdos que tiene de su niñez sobre la empresa EPM, describa cuál era su percepción de ella?</p> <p>¿En su vida adulta que percepción tiene de la empresa EPM?</p> <p>¿Qué hace diferente a EPM de otras empresas?</p>
<p>Conocer las representaciones de los</p>	<p>1. Entrevista semi estructurada donde se indagan sobre</p>

<p>practicantes previas al contacto con EPM, a partir de una entrevista</p>	<p>factores de conocimiento interno</p> <p>Posibles preguntas</p> <p>¿Qué imagina que es ser un empleado de EPM?</p> <p>¿Conoce a alguien que trabaje dentro de la empresa?</p> <p>¿Qué podría decirnos de la historia y recorrido de la empresa?</p> <p>¿Cuál sería su definición de EPM a nivel de Antioquia?</p> <p>¿Qué conoce de los procesos de prácticas de EPM?</p> <p>¿Qué aportes a su formación académica le proporciona EPM?</p> <p>¿Cuál sería tu mayor aporte desde lo académico para la empresa?</p> <p>¿Qué beneficios ha tenido con la realización de sus prácticas en EPM?</p> <p>¿Cree que siendo un profesional con experiencia de</p>
---	--

	<p>práctica en EPM se le abrirán las puertas en el ámbito laboral?</p> <p>¿Qué considera que EPM le puede aportar para su vida laboral?</p> <p>¿Cómo visualiza su proyecto de vida profesional después de la realización de la práctica profesional?</p> <p>¿Qué sugerencias tiene en relación a su área?</p> <p>¿Qué proyectos cree usted que podrían servir a los procesos de EPM?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar de que manera los imaginarios y representaciones sociales que tienen los estudiantes de práctica sobre la agencia EPM, influyen en su motivación laboral. 	<p>Análisis y categorización de las entrevistas realizadas.</p> <p>Conclusión de las categorías resultantes a la luz de la teoría planteada.</p>

7.1.3 Plan de recolección y análisis de la información

Se harán entrevistas a los practicantes de las diferentes áreas profesionales que se encuentran en EPM (en Medellín), en las que se tendrán en cuenta los factores internos y externos o culturales que influyen en la concepción, representación o imaginarios que estos traen y se transforman en el momento de comenzar su práctica; para la adecuada interpretación de los datos obtenidos serán codificadas las preguntas pertenecientes a cada ámbito (interno-externo), se ordenara la información a partir de categorías, que permitirán de manera lógica la interpretación de los factores que emerjan de ellas y se facilite la comprensión de los componentes representacionales y su relación con los elementos que de estos surgen que permiten concluir con la manera en la que estos pueden o no contribuir en la motivación laboral en los practicantes de la presente empresa

7.1.4 Plan de análisis: codificación, categorización y análisis de categorías.

7.1.5 Avances en los resultados: Por disposición de EPM los instrumentos se aplicaran en abril de 2013.

7.1.6 Impacto y resultados esperados

Éste trabajo de investigación es importante porque le permitirá a EPM conocer las motivaciones de los estudiantes, más allá de la expectativa de vinculación laboral, por lo tanto conocer la concepción que tienen estos durante su proceso formativo relacionado con la motivación laboral e ideas de su progreso, permitiría que la empresa tuviera las

herramientas y bases suficientes para instaurar en los estudiantes la idea de que su proceso formativo es una etapa que se debe disfrutar desde la perspectiva formadora y no tanto como una garantía de vinculación en el orden laboral.

Por ende esta información sirve también para direccionar los proyectos de intervención en la materia y tomar decisiones informadas.

7.1.7 Descripción y análisis de categorías

Dentro de la muestra poblacional, 80 estudiantes practicantes de los cuales se entrevistaron uno de cada profesión, no con una intención analítica ni interpretativa, sino para facilitar la aplicación y análisis de las entrevistas; se aplico una entrevista semiestructurada enriquecida por aportes de los estudiantes entrevistados.

La entrevista se configuro a partir de dos patrones fundamentales, el primero hace mención a los factores internos al sujeto, a los elementos propios de las representaciones e imaginarios constituidos por los practicantes; por su parte, el segundo intenta abordar los factores externos que se conectan con la percepción inicial del sujeto, pero que tienen que ver con la influencia de la postura social, cultural y familiar en la que este se encuentra inmerso.

Para facilitar la comprensión e interpretación de los contenidos de las entrevistas, se realizó un cuadro en el que se codificaron las preguntas de acuerdo a los factores internos y externos, los primeros nombrados con la letra “A” y acompañados de la enumeración de las preguntas de este patrón y, los segundos identificados con la letra “B” y de igual manera acompañados por el número de la pregunta a la que hacen referencia y corresponden.

Una vez realizada la codificación, se hizo una aproximación a la emergencia de categorías, las cuales surgen de los contenidos repetidos o constantes en las respuestas de los estudiantes, es decir, la categorización se realizó a partir de los elementos constantes y las formas y contenidos de las respuestas que se convertían en patrones, dentro de esta se encuentran la percepción, la imagen corporativa y otras, que serán detalladas posteriormente.

1. PERCEPCION:

Esta categoría se explica desde la teoría gestáltica donde está definida como un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante.

Esta no solo está sometida a la información proveniente de los órganos sensoriales, sino que es la encargada de regular y modular la sensorialidad.

Por tanto la Gestalt definió este concepto como una tendencia al orden mental; ya que inicialmente, la percepción determina la entrada de la información y en segundo lugar garantiza que la información retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc.) (Oviedo, 2004).

Un ejemplo de esta la respuesta es: *“La percepción sobre EPM yo simplemente sabía que era una gente que me llevaba la luz y el agua a la casa, cuando vos tenes contacto con el mundo y todo lo que hay, te das cuenta que es una empresa solida y muy grande”*.

Teniendo en cuenta que este proceso perceptivo es utilizado por los seres humanos para tener un acercamiento al conocimiento de lo externo a través del tiempo y así tomarlo como algo cercano, es importante para el análisis de la investigación como una categoría que emerge de las entrevistas realizadas como parte del trabajo de campo, además todos los estudiantes que dieron respuesta a la entrevista han tenido o tuvieron alguna idea de lo que era la empresa como representación social de la vida de los antioqueños y que al momento de tener contacto con la misma este concepto sigue vigente con cambios favorables respecto a la definición, la historia, los servicios que presta y en general de todos los beneficios; además de su proyección académica y laboral después de su práctica.

2. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:

Esta categoría parte directamente del discurso utilizado por los estudiantes, refiriéndose a las políticas y acciones de la empresa frente a lo ambiental y desarrollo sostenible de la misma.

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.(Calderon, 2003)

Y dado que la mayoría de los estudiantes hablan y se sienten atraídos por este tipo de políticas, esta categoría forma parte del análisis, teniendo como ejemplo esta respuesta dada por uno de los estudiantes: *“trabajar por el beneficio de toda una comunidad, y para beneficio de mi familia. Ser empleado de EPM implica también para mí, poder aportar con mis conocimientos y formación al crecimiento de la empresa que*

tanto me ha ofrecido, ya que como beneficiaria y empleada a la vez, tengo mucho para retribuirle. Ser empleada de EPM es un orgullo para mi, es un sueño cumplido y una motivación para continuar desarrollándome como profesional, pero también como persona.”

3. SENTIDO DE PERTENENCIA:

Esta categoría llego al análisis después del discurso emergente dado por los estudiantes y que llama demasiado la atención con respecto a lo que sienten y expresan por lo propio de la empresa, ejemplos: *“La organización y el sentido de pertenecía que tienen la mayoría de los empleados y lo humana que es la empresa no solo para que brinden productividad si no estabilidad.”*, Otro ejemplo sobresaliente es el de un estudiante del área de la costa quien se expresa de la siguiente manera: *“Los servicios públicos son muy baratos a diferencia de la costa, lo publico lo hacen con cierto control por todo el requerimiento legal, a diferencia de empresas como isagen que no tienen que hacer tanto requerimiento por ser privado”*.

Podemos decir que el concepto de sentido de pertenencia aflora a pesar de las diferencias regionales que tiene los mismos; aprender a sentirse propios a pesar de que sus raíces son de otras regiones.

En la definición teórica, decimos que cuando una serie de características comunes a un grupo, sirven para distinguirlos de los demás, creando señales para el

reconocimiento como parte del mismo, los vínculos de interacción grupal entre los miembros se hacen más sólidos y coherentes, tanto dentro como fuera del contexto de referencia. Se establece pues una identidad grupal que da pautas para la acción, conservación y desarrollo de las personas que lo integran a si como para mediar las relaciones con otros grupos.(Sanchez, 2005).

4. COMPETENTE PARA EL CAMPO LABORAL:

Esta categoría se abarca mas desde los términos competencia o competente para abordar en general lo que los estudiantes buscan expresar en este sentido; por lo tanto la teoría nos habla de el conjunto o muestrario de definiciones sobre competencias, nos pone de manifiesto que el concepto de competencia sigue poseyendo un atractivo singular, en palabras de Le Boterf (1996), “la dificultad de definirlo crece con la necesidad de utilizarlo”. De manera que, en estos momentos, como destaca este autor, más que un concepto operativo es un concepto en vía de fabricación.

Pero más allá de esta dificultad, es necesario concretar y llegar a algunos puntos de síntesis de definición para nuestro quehacer.

Una primera nota característica en el concepto de competencia es que comporta todo un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados, en el sentido que el individuo ha de saber hacer y saber estar para el ejercicio profesional. El dominio de estos saberes le hacen capaz de actuar con eficacia

en situaciones profesionales. Desde esta óptica, no sería diferenciable de capacidad erigiéndose el proceso de capacitación clave para el logro de las competencias. Pero una cosa es ser capaz y otra bien distinta es ser competente, poseyendo distintas implicaciones idiomáticas. (Flores, 2007).

De modo que el ser competente nos lleva directamente por el camino del éxito profesional, de acuerdo a esto acá se tienen en cuenta unos ejemplos:

“que tiene la posibilidad de salir adelante ya que es una excelente empresa.”

“EPM es una empresa muy buena y estoy creciendo demasiado, pienso que se ocupa mucho por el recurso humano y la sostenibilidad.”

5. IMAGEN CORPORATIVA:

Las personas se hacen un ideal o imaginan algo antes de conocerlo de cerca, igualmente pasa con las marcas y demás instituciones de las cuales uno busca un beneficio o ingresar en cualquier campo a nivel vincular, por ende una imagen es la representación visual de un objeto, una persona, una entidad o una situación que es captada por el ojo humano a través de diferentes técnicas como la pintura, la fotografía o el video. La imagen genera una representación mental. La imagen corporativa no es algo que se consigue de la noche a la mañana (Se pierde mucho más rápidamente que se si se realiza una estrategia de comunicación correcta y constante es posible lograr un posicionamiento de la imagen en la mente y en el corazón de los públicos. Cuando se

proyectan los atributos de la organización, se induce hacia la identidad corporativa en la mente de los públicos. (Zapata, 2010)

Esta categoría entra al análisis de la misma ya que el conocimiento de la empresa no solo lo ideal sino lo que ya conocen forma parte del lenguaje que la misma ha introducido en el medio, se reconoce en lenguaje de todos los antioqueños y demás ciudades donde tienen filiales.

Uno de los ejemplos de la mismas serian: “Se que tenia la sede en el miguel de Aguinaga, en 1997 se trasladaron al edificio inteligente, crecimiento constante fusión de empresas varias con Epm.”

“La mama de los antioqueños.”

6. ORIENTACION AL LOGRO:

La complejidad inherente a la motivación humana y las dificultades de acceso directo al conocimiento de los motivos explican, al menos parcialmente, el tratamiento experimental que los procesos motivacionales han recibido en psicología, sobre todo si se le compara con otros experimentos como la inteligencia, pensamiento, entre otros. McClelland, (1962, 1965) y Korman, (1974) encontraron que las personas que tienen fuerte necesidad de logro a menudo consideran que los éxitos personales son un fin en si mismos. Donde, se relaciona con la necesidad del ego y con las necesidades de autorrealización (Shiffman y Kanuk, 1997). La motivación se interpreta como una actividad que, a menudo, se manifiesta de forma espontánea, sin necesidad de reducirse a mera reacción ante una

situación similar específica. Además la conducta motivada se considera propositiva, puesto que, en gran medida se desarrolla impulsando planes, metas y objetivos.

Esta categoría emergió de las entrevistas realizadas a los estudiantes en práctica de diferentes carreras, se evidencia la orientación al logro como resultado de la motivación que sienten de pertenecer a una empresa con proyección internacional que tiene su sede principal en Colombia, principalmente Medellín. Por ende esta motivación se ve reflejada en el discurso, ya que proyectan su futuro profesional prospero, por el solo hecho de haber realizado su práctica profesional en el grupo EPM

Ejemplo: “ *Es una experiencia de vida donde muchos o la mayoría quisiéramos llegar el darle peso a mi hoja de vida.*”

“*Por ser una empresa grande tenia ganas de trabajar acá.*”

7. Conclusiones

Es pertinente concluir la importancia que toma el concepto de lo imaginario y las representaciones sociales dentro del discurso de muchos estudiantes y la forma como estos constituyen una condición clave en la interpretación de la comunicación en la sociedad moderna como producción de creencias e imágenes colectivas, por lo tanto este concepto sirvió de base para realizar la investigación a un grupo de estudiantes en práctica del grupo EPM, de diferentes carreras.

El tomar estudiantes de diferentes áreas del saber permite tener una visión amplia con respecto a su etapa de práctica profesional en la que actualmente se está desarrollando; para llegar a identificar los imaginarios se realizó una entrevista semiestructurada con la que se pretendía indagar sobre los conocimientos que de la compañía a nivel general, tienen los practicantes, y posteriormente abordar por medio de las preguntas orientadas al conocimiento interno de la compañía. Al realizar la aplicación de las entrevistas al grupo seleccionado, emergieron categorías que surgieron del discurso en general de los estudiantes.

Es importante destacar algunas de las categorías más relevantes identificadas con el fin hacer una interpretación de los factores propios de los objetivos de la presente investigación; se trabajaron el *sentido de pertenencia*, el cual hace referencia a la obtención de conocimientos y la forma como estos pueden situarse a disposición de la compañía, ya

que se encuentran asociados con la idea del mejoramiento en la calidad de vida; de igual manera emergió un factor denominado *Orientación al logro*, con el cual se destaca la importancia de realizar su práctica en la empresa, además pudo evidenciar que el hecho de haber estado como practicantes de EPM, tendría un peso significativo en su experiencia laboral y en su vida profesional, por lo tanto será una referencia fundamental en la presentación de la hoja de vida

En las categorías antes mencionadas queda manifiesto la forma como de manera general los estudiantes asocian en su imaginario el estar en EPM, como un logro en su proceso de formación académico, por lo tanto generan en ellos un vínculo particular con la empresa y, como se evidencia en las entrevistas, la motivación que se gesta gracias a la imagen misma de la empresa reflejada en la comunidad y por ende en ellos mismos es la que lleva a que estos practicantes realicen lo mejor posible su trabajo tanto por el sostenimiento de la buena imagen de la empresa como por consolidar en sus hojas de vida un adecuado proceso de prácticas, en la que para ellos es “la empresa por excelencia que proporciona los servicios públicos para la población”, como lo dice el practicante de ingeniería civil entrevistado.

Todas estas abstracciones recogidas de la categorización de las entrevistas, surgen directamente de la teoría de representaciones e imaginarios sociales de Moscovici, a partir de lo que este plantea: “Lejos de meramente almacenar ideas o sistematizar hechos, son herramientas mentales que operan en la experiencia, modelando el contexto en que el

fenómeno está articulado. Quizás esto explica por qué diferentes clases de conocimientos y representaciones pueden coexistir”. (Moscovici S. , 1988).

Tomando este concepto de Moscovici, se identificó que no necesariamente los estudiantes de Medellín (practicantes de EPM), tenían este tipo de representación sobre la empresa, de igual manera en regiones aledañas a Medellín, coexistía la misma representación en sus estudiantes, ya que ellos poseen en si un idea y/o imagen significativa de los procesos que en EPM se hacen y por ende buscan estar en este lugar ya que lo consideran una oportunidad para el desarrollo académico de los mismos.

Retomando la teoría del autor Farr (1984) donde caracteriza las representaciones sociales como sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios, pues no representan simplemente opiniones, imágenes o actitudes, sino teorías o ramas del conocimiento que aportan al descubrimiento y la organización de la realidad. De forma similar, destaca sistemas de valores, ideas y prácticas con una doble función: establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social para dominarlo; y posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad dotándolos de códigos para el intercambio social, para nombrar y clasificar sin ambigüedades os diversos aspectos de su mundo ya que hacen parte de su historia individual y grupal.

Así como las representaciones pueden ser en grupos y también individuales por ende las ideas que se salen de la investigación pueden ser conceptos individuales y de una idea absoluta de lo que cada uno de los estudiantes traen desde que se inscriben, hasta el momento en el que se realiza la entrevista, por eso se hace posible identificar aquellas expresiones y sentimientos de lo que es para cada uno EPM y el momento circunstancial de sus vidas en la empresa.

Uno de los factores que acompañan este proceso de aprendizaje en la práctica profesional es la motivación ya que es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona; es un proceso, que ocasiona, activa, orienta y dinamiza el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados.(Roussel, 2000).

Es esta una de las premisas fundamentales, la motivación como fin mismo de todo aquello que estos buscan y que en el momento de estar dentro de la empresa se focaliza en una imagen de buen desempeño proyectando su futuro inmediato a pertenecer a EPM como empleado vinculado.

8. Recomendaciones

Se invita a que los procesos de selección de estudiantes universitarios se integren a los procesos de EPM y se refuercen las capacitaciones en las competencias desde un orden de selección por competencias, ya que este es el que se enmarca dentro del esquema del Modelo de Gestión Humana basado en competencias y tiene una relación estrecha entre los sistemas de planeación, capacitación y desarrollo.

Se identificó dentro de la investigación un alto nivel de sentido de pertenencia por la organización, este dado de sus imaginarios y representaciones sociales las cuales los estudiantes traen en su discurso y hacen referencia a lo que conocían de la organización a través de los años, por lo anterior se recomienda que la empresa en su disfrute de buena aceptación incentive la motivación de los estudiantes en su etapa práctica a que esa energía que ponen en su etapa formativa sea para mejora de sus procesos y sus competencias a nivel laboral; esta dado a que el empeño de muchos es ser un futuro empleado de la misma y sin dejar de pensar en que sea posible, se aproveche el tiempo en adquirir los conocimientos y herramientas para su vida laboral.

Se debe motivar a la realización de seguimientos y demás acciones pertinentes a los procesos formativos de cada estudiante.

Se sugiere se realice una socialización del proceso de estudiantes en práctica, dirigida a los enlaces y profesionales de la unidad con el fin de que conozcan el proceso,

igualmente se puede elaborar el manual para los tutores, de manera que se especifique las responsabilidades de estos con los estudiantes y viceversa, garantizando así más compromiso por parte de ambas partes.

9 .Compromisos y estrategias de comunicación

- Presentación de una exposición a la Institución Universitaria de Envigado,
- Acatar las reflexiones que genere la presentación en público de este proyecto.
- Dar conocimiento de los resultados al área de gestión humana de EPM.

9.1Consideraciones éticas

- Se realiza el manejo de información cualitativa.
- La información pertenece a EPM ya que ellos son los que nos permiten el uso de los instrumentos.

10. Bibliografía

- Abraham, M. (1943). *Una teoría de la gestión humana en hitos en la gestión empresarial*. España: McKinsey & Company Ediciones Apóstrofe, pp. 225-245.
- Cabrera, D. H. (2003). Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. *Facultad de comunicación universidad de navarra*.
- Calderon, J. F. (2003). El concepto de responsabilidad social. *Cemefi centro mexicano para la filantropía*, 2.
- Carrillo, S. P. (Julio 2000 Vol. 3). Motivación y Clima Laboral en personal de Entedidas universitarios. *Revista de Investigacion en Psicología*, 12 -13.
- Castoriadis, C. (1998). *Los dominios del hombre, las encrucijadas del laberinto*. Barcelona: Gedisa.
- Castoriadis, C. (2002). *Figuras de lo pensable. Las encrucijadas del laberinto VI*. Mexico D.F: Fondo de la cultura economica .
- Chiavenato, I. (2001). *Administracion de Recursos Humanos* . Mexico : Mcgraw hill .
- Dane. (16 de Agosto de 2012). http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4. Obtenido de <http://www.dane.gov.co>
- Escobar, J. C. (2000). *Lo imaginario entre las ciencias sociales y la historia* . Medellin: Cielos de Arena.
- Flores, J. G. (2007). LA EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES. *Educación XXI*. 10 , 83-106.
- Gayous, A. (2003). *como hacer investigacion cualitativa. fundamentos y metodologia*. Mexico: Paidos.
- Gerardo Álvarez, A. Á. (2001). La construcción discursiva de los Imaginarios sociales El caso de la medicina popular chilena. *Socieda chilena de linguistica*.
- Hernandez Sampieri, R. C. (2000). *Metodologia de la investigacion*. Mc grow.
- llorede, F. J. (1998). Serie Lineamientos curriculares. 4.

- Mas, J. L. (2005). Motivacion laboral y Gestion de Recursos Humanos en la Teoria de Frederic Herberg. *Gestion del Tercer milenio revista de investigacion de la facultad de ciencias administrativas*, Volumen 8 # 15.
- Mejia, H. H. (2007). *Como gestionar el conocimiento basado en la experiencia de las personas*.
- Moscovici, S. (1986). *Pensamiento y vida social, psicologia social y problemas sociales* . Barcelona: Paidos.
- nacional, M. d. (20 de Julio de 2009). <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196477.html>. Recuperado el 2 de Agosto de 2012
- Oviedo, G. L. (2004). Definicion del concepto de percepcion en psicologia con base en la teoria Gestalt. *Revista de Estudios Sociales* , 89-96.
- Peña, N. M. (2009). Vida universitaria e imaginarios: posibilidad en definicion de politicas sobre educacion superior. *Revista latinoamericana de ciencias sociales niñez y juventud*, 235-266.
- Quintero, M. d. (2008). La naturaleza de las representaciones sociales . *Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez, juventud* , 55-80.
- Roussel, P. (2000). La Motivation au travail- Concept et theories,. *Note N° 326. Universite Toulouse I-Sciences Sociales*,.
- Salazar, T. R. (2011). Discusiones Teorico Metodologicas sobre el caracter contextual de las representaciones sociales. *Sinectica*, 3- 12.
- Salinas, M. L., & Isaza, L. S. (2003). *Para Educar en el valor de la justicia*. Delfin.
- Sanchez, M. E. (2005). Diseño y Estandarizacion de prueba que mide el sentido de pertenencia organizaciona l" Senper". *Especializacion en Gestion para el desarrollo humano en la organizacion*. Bogota: Trabajo de grado especializacion en gestion para el desarrollo humano.
- Sena. (2012). <http://www.sena.edu.co/Portal/Servicios+a+Aprendices/Contrato+de+aprendizaje/> . Recuperado el 15 de Agosto de 2012, de <http://www.sena.edu.co/>
- Sierra, G. M. (2010). Representaciones sociales que poseen estudiantes de nivel medio superior acerca de la aprendizaje y enseñanza de las matematicas . *Perfiles educativos* , vol. XXXIII, núm. 132, 2011.

V, L. A. (2010). *Bitacora EPM*. Recuperado el 22 de mayo de 2013

Valencia, M. (2005). Aportes conceptuales de la antropología histórico pedagógica a la comprensión del saber pedagógico. *El agora USB*, 61-65.

Vargas, O. M. (2011). Representaciones sociales debates y atributos para el estudio de la educación. *Sinectica Revista electronica de educacion*, 2 - 12.

ANEXOS

PRESUPUESTO GLOBAL DEL TRABAJO DE GRADO				
RUBROS	FUENTES			TOTAL
	Estudiante	Institución – IUE	Externa	
Personal	\$3960.000	\$400.000	\$300.000	\$4.660.000
Material y suministro	\$500.000	\$50.000	\$100.000	\$660.000
Salidas de campo	\$600.000	\$200.00	\$200.000	\$1000.000
Bibliografía	\$6.000.000	\$1000.000	\$200.000	\$7200.000
Equipos	\$2.000.000		\$300.000	\$2.300.00
Otros	0	0		
TOTAL	\$10.060.000	\$1650.000	\$1.100.000	\$21.480.000

Duración del trabajo de grado (8meses):

Dos semestres (8 meses)

Presupuesto total: \$21.480.000

Fuentes de Financiación:

Grupo EPM.

Institución Universitaria de Envigado IUE.

Estudiantes de pregrado.