

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA**

Trabajo de grado “Factores motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados a través del cuestionario CMT”

**Por
Yesica Zuluaga Castaño
Yesenia Carolina Gómez Castañeda
Luisa Fernanda Castro Lòpez**

**Director del trabajo de grado
Néstor Raúl Márquez
Psicólogo**

Nota de aceptación

Jurado

Envigado – Antioquia

Septiembre de 2014

Dedicatoria

Este triunfo, va dedicado principalmente a Dios que nos regaló la vida, fortaleza y fundamental guía para culminar nuestra profesión de la mejor manera; Sin lugar a duda nuestras madres y familias por permitirnos lograr este grandioso sueño, por ser nuestros pilares fundamentales en nuestro camino, por nunca dejarnos derrumbar ante las adversidades y obstáculos que se presentan en este reto profesional, por su amor incondicional y su continuo apoyo y por últimos, sin ser el menos importante, a todas aquellas personas que de alguna forma hicieron parte esencial para cumplir nuestro sueño, ser psicólogas.

Agradecimientos

Agradecemos a nuestros compañeros y futuros colegas, cada clase obtenida fue de gran aprendizaje; a nuestros maestros, influyeron con sus conocimientos y experiencias de vida a formarnos como excelentes personas y profesionales; finalmente a nuestro asesor, su ayuda, tiempo y dedicación hicieron de este sueño una realidad.

Índice

	Pág.
Resumen	xii
Abstract.....	xiv
Factores motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados en el periodo 2013-2014 a través del cuestionario CMT.....	1
Contextualización del área de trabajo.....	3
Misión.....	3
Visión.....	4
Diagnóstico.....	5
Planteamiento del problema.....	7
Formulación del problema.....	9
Justificación.....	10
Objetivos.....	12
Objetivo general.....	12
Objetivos Específicos.....	12
Marco teórico.....	13
Marco de antecedentes.....	13
Concepto de motivación.....	17
Determinantes de la motivación.....	18
Psicología de la motivación.....	20
Motivación laboral.....	20
Tipos de motivación.....	22
Motivación Interna.....	22
Motivación Extrínseca.....	22
Teorías motivacionales.....	24
Teoría de la necesidad de motivación.....	24
Jerarquización de las necesidades.....	24
Teoría de la equidad.....	25
Teoría bifactorial.....	25
Teoría de la Expectativa-valencia.....	26
Teoría del establecimiento de metas.....	26

Teoría Social-cognitiva.....	27
Motivación desde las escuelas.....	27
Modelo motivacional de Hull.....	28
<i>Pulsiones y mecanismos de pulsión</i>	29
<i>Pulsiones Primarias</i>	29
<i>Reforzamiento Primario</i>	30
<i>Pulsión secundaria</i>	30
<i>Reforzamiento Secundario</i>	30
<i>Reacciones de Meta</i>	30
<i>Motivación y Reforzamiento</i>	31
<i>Inhibición</i>	31
Tolman y motivación.....	32
Motivación desde la perspectiva del psicoanálisis.....	32
Método.....	36
Tipo de estudio y diseño.....	36
Población.....	37
Técnicas de recolección.....	37
Resultados.....	39
Análisis de los resultados.....	63
Caracterización de la población de estudio.....	63
Sexo.....	63
Análisis de los factores motivacionales de los empleados.....	63
Condiciones motivacionales internas.....	63
Medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo.....	65
Condiciones motivacionales externas.....	67
Discusión de resultados.....	70
Conclusiones.....	75
Limitaciones o dificultades.....	79
Referencias.....	81
Anexos.....	84

Índice de gráficas

	Pág.
Grafico 1. Distribución porcentual del sexo de las personas.....	39
Grafico 2. Distribución porcentual de la experiencia de las personas.....	40
Grafico 3. Distribución porcentual del factor Logro de las personas.....	41
Grafico 4. Distribución porcentual del Factor Logro por géneros de las personas.....	42
Grafico 5. Distribución porcentual del factor Poder de las personas	42
Grafico 6. Distribución porcentual del factor Poder por géneros de las personas.....	43
Grafico 7. Distribución porcentual del factor Afiliación de las personas.....	44
Grafico 8. Distribución porcentual del factor Afiliación por géneros de las personas.....	45
Grafico 9. Distribución porcentual del factor Autorrealización por géneros de las personas	45
Grafico 10. Distribución porcentual del factor Reconocimiento de las personas.	46
Grafico 11. Distribución porcentual del factor Reconocimiento por géneros de las personas....	47
Grafico 12. Distribución porcentual del factor Dedicación a la Tarea de las personas.....	47
Grafico 13. Distribución porcentual del factor Dedicación a la Tarea por géneros de las personas.....	48
Grafico 14. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Autoridad de las personas.....	48
Grafico 15. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Autoridad por géneros de las personas.....	49
Grafico 16. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Norma de las personas	50
Grafico 17. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Norma por géneros de las personas.....	51
Grafico 18. Distribución porcentual del factor Requisición de las personas.....	52
Grafico 19. Distribución porcentual del factor Requisición por género de las personas.....	53
Grafico 20. Distribución porcentual del factor Expectación de las personas	54
Grafico 21. Distribución porcentual del factor Expectación por género de las personas	55
Grafico 22. Distribución porcentual del factor Supervisión de las personas	56
Grafico 23. Distribución porcentual del factor Supervisión por género de las personas	57
Grafico 24. Distribución porcentual del factor Grupo de Trabajo de las personas	57

Grafico 25. Distribución porcentual del factor Grupo de Trabajo por género de las personas ...	58
Grafico 26. Distribución porcentual del factor Contenido de Trabajo de las personas.....	58
Grafico 27. Distribución porcentual del factor Contenido de Trabajo por género de las personas.....	59
Grafico 28. Distribución porcentual del factor Salario de las personas.....	59
Grafico 29. Distribución porcentual del factor Salario por género de las personas.	60
Grafico 30. Distribución porcentual del factor Promoción de las personas.....	61
Grafico 31. Distribución porcentual del factor Promoción por género de las personas.....	62

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama.....	4

Índice de anexos

	Pág.
Anexo a. CMT.....	84
Anexo b. Consentimiento informado.....	96

Título

Factores motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados en el periodo 2013-2014 a través del cuestionario CMT

Resumen

A continuación se presenta una investigación respecto a los factores motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados a través de cuestionario CMT, debido a que es de gran importancia para la organización conocer las motivaciones de sus empleados al desempeñarse en sus labores, ya que es el factor motivacional de las personas, aquello que los impulsa para cumplir con sus funciones y los hace sentir parte importante de la organización.

Actualmente las organizaciones están en constantes cambios que han impactado diferentes ámbitos del ser humano, tanto en su entorno personal como laboral. Se está viviendo un proceso de modernización en el cual la pregunta por la motivación de sus empleados tiene un valor muy significativo. Es allí donde el papel de la psicología entra en acción, debido a que el campo de la psicología organizacional se ocupa de abordar el comportamiento de los individuos que la componen, con el fin de buscar respuestas en cuanto a la motivación, satisfacción y otros factores relevantes de sus empleados.

Dentro de la organización, la motivación de los empleados ha sido uno de los temas más estudiados y abordados por los psicólogos organizacionales, la motivación como plantea (Barruck, 1987) es definida como los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y continuar en ellas para su culminación, está relacionado con el interés que estimulan la obtención de una meta.

Para lograr el objetivo principal se llevara a cabo una investigación de orientación cuantitativa que nos permitirá evaluar los diferentes factores motivacionales, los cuales se proporcionaran a Distracom S.A presentando los aspectos y factores más relevantes acerca de la motivación de

sus empleados con el fin de lograr la obtención de beneficios mutuos, tanto para el empleador como para el empleado.

La investigación responderá en sí que los factores motivacionales varían de un sujeto a otro dentro de la compañía. También mostrará que hay diferencias significativas entre las puntuaciones en los géneros masculino y femenino.

Por otro lado, este trabajo arroja información valiosa a la compañía sobre cuál es el género en el cual se debe hacer más énfasis a la hora de buscar estrategias orientadas a buscar un mejoramiento de los factores motivacionales en los empleados.

Se logrará dimensionar la falencia existente en las puntuaciones del personal, ya que se mostrará las calificaciones que están en la puntuación media y por debajo de la media.

Palabras claves: Motivación Laboral, organización, Psicología, Factores, Empleados.

Abstract

Next an investigation with respect to the more representative motivational factors of the employees of the company Distracom S.A. evaluated through questionnaire CMT appears, because organization is of great importance it to know the motivations her employees when evolving in her workings, since it is the motivational factor of the people, what she impels them to fulfill his functions and make feel important part of the organization.

At the moment the organizations are in constant changes that have hit different scopes of the human being, as much in their personal surroundings as labor. A process is being lived on modernization in which the question by the motivation of its employees has a very significant value. It is there where paper of psychology enters action, because the field of organizational psychology takes care to approach the behavior of the individuals that compose it, with the purpose of looking for answers as far as the motivation, satisfaction and other excellent factors of its employees.

Within the organization, the motivation of the employees has been one of the studied subjects more and boarded by the organizational psychologists, the motivation as it raises (Barruck, 1987) is defined as the stimuli that move to the person to conduct certain battles and to continue in them for their culmination, is related to the interest that stimulates the obtaining of a goal.

In order to obtain the primary target an investigation of quantitative direction was carried out that will allow us to evaluate the different motivational factors, which were provided to Distracom S.A. Presenting/displaying the more excellent aspects and factors about the motivation of its employees with the purpose of obtaining the obtaining of mutual benefits, as much for the employer as for the employee.

The investigation will respond in himself that the motivational factors vary from a subject to another one within the company. Also it will show that there are significant differences between the scores in the masculine and feminine.

On the other hand, the investigation throws valuable information to the company on which it is the sort in which more emphasis at the time of looking for oriented strategies is due to do to look for an improvement of the motivational factors in the employees.

It will be managed to determine the proportions the existing falencia in the scores of the personnel, since one will be the qualifications that are in the average score and below the average.

Key words: Work Motivation, Organization, Psychology, Factors, Employees.

Factores motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados en el periodo 2013-2014 a través del cuestionario CMT

“Una teoría sólida de la motivación debería...asumir que la motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja y que, prácticamente, es una característica casi universal de todo estado orgánico de la cuestión”

Abraham Maslow

Hace algún periodo de tiempo la motivación laboral se ha venido desarrollando en las organizaciones nacionales e internacionales que han aceptado y adaptado con rapidez este “efecto” que se produce en los empleados, ya se intrínseca o extrínsecamente, para que así la labor cotidiana sea más amena, flexible, positiva y satisfactoria para cada uno de ellos.

Claramente los beneficios son múltiples, tanto a nivel empresarial como del personal que allí trabaja, ya que tener empleados motivados no es lo mismo que no tenerlos; la diferencia radica en el cumplimiento, compromiso, positivismo que se genera en ellos de manera individual y que sea compartida grupalmente para obtener un beneficio global en cuestiones de crecimiento laboral, logrando el alcance de los objetivos y metas propuestos por la compañía, en conclusión la ejecución de la misión y visión establecida.

Por lo anteriormente mencionado en este marco, se tomará como factor determinante la motivación laboral en las empresas y sus respectivos empleados, adicionalmente sus efectos y consecuencias en su desempeño, siendo éste tema primordial para el estudio e investigación se referencia un estado del arte sobre la cuestión en compañía de diferentes teorías descritas por múltiples autores, para dar una respuesta general en cuanto al concepto de Motivación laboral,

qué motiva a los empleados y como ejerce en su desempeño dentro de la compañía, todo esto mediante el “Cuestionario de Motivación para el Trabajo” (CMT), para así de una manera más específica desatacar los factores motivacionales más representativos de la empresa Distracom a través de un estudio cuantitativo.

Por lo anterior y como Psicólogas, este tema en las empresas es de gran valor para la profesión que se ejerce, debido a constante interacción con las personas y la satisfacción que el empleo pueda generar en los trabajadores, en compañía de sus principales habilidades y cuál es su motivador principal, para dar así respuestas valiosas, significativas y contingentes sobre este tema.

Contextualizando lo expuesto previamente, este trabajo se centrará en los **Factores Motivacionales más representativos de los empleados de la empresa Distracom S.A evaluados a través del Cuestionario CMT.**

Se plantea como objetivo general de la investigación, realizar un estudio tendiente a medir los factores motivacionales de los empleados de la empresa Distracom S.A, durante el año laboral 2013-2014, para luego sistematizar y graficar los resultados obtenidos arrojando el hallazgo de las principales motivaciones que tienen los empleados de Distracom. Todo esto se basa en la teoría y herramienta de Toro (1992), principal exponente en Colombia del CMT y los factores motivaciones que tienen los empleados dentro de una organización.

Contextualización del área de trabajo

Distracom S.A: Distracom S.A es la Red Minorista más grande del País, especializada en la distribución, transporte y comercialización de combustibles líquidos, gas natural vehicular y lubricantes. Tiene amplia y reconocida trayectoria en el sector y operamos a través de una red de estaciones de servicio y flota de vehículos de carga, a nivel nacional.

Actualmente hacemos presencia en 14 departamentos: Antioquia, Atlántico, Bolívar, Casanare, Magdalena, Meta, Córdoba, Cundinamarca, Quindío, Risaralda, Sucre, Tolima, Valle del Cauca y Santander.

Atienden todos los sectores del mercado como son el transporte particular, público y de carga; entidades públicas y privadas, empresas del sector minero, agrícola e industrial; a través de ventas por surtidor y a granel. También se cuenta con programas y servicios específicos diseñados a la medida de cada sector.

Misión

Distracom S.A es la red de estaciones de servicio más especializada y con mayor cobertura en el país para la distribución y comercialización de combustibles y servicios afines, gracias a un portafolio de productos ajustados a las necesidades de cada cliente, la innovación tecnológica, la capacidad administrativa y financiera con que cuentan.

Generan valor para los clientes, empleados y socios, y contribuimos con el desarrollo del país dentro de un marco de sostenibilidad y re4sponsabilidad social.

Visión

En el 2018 serán la marca más reconocida en la distribución y comercialización de combustibles y servicios afines, en los sectores de transporte, infraestructura, minería e industria, con presencia en las principales ciudades y rutas del país.

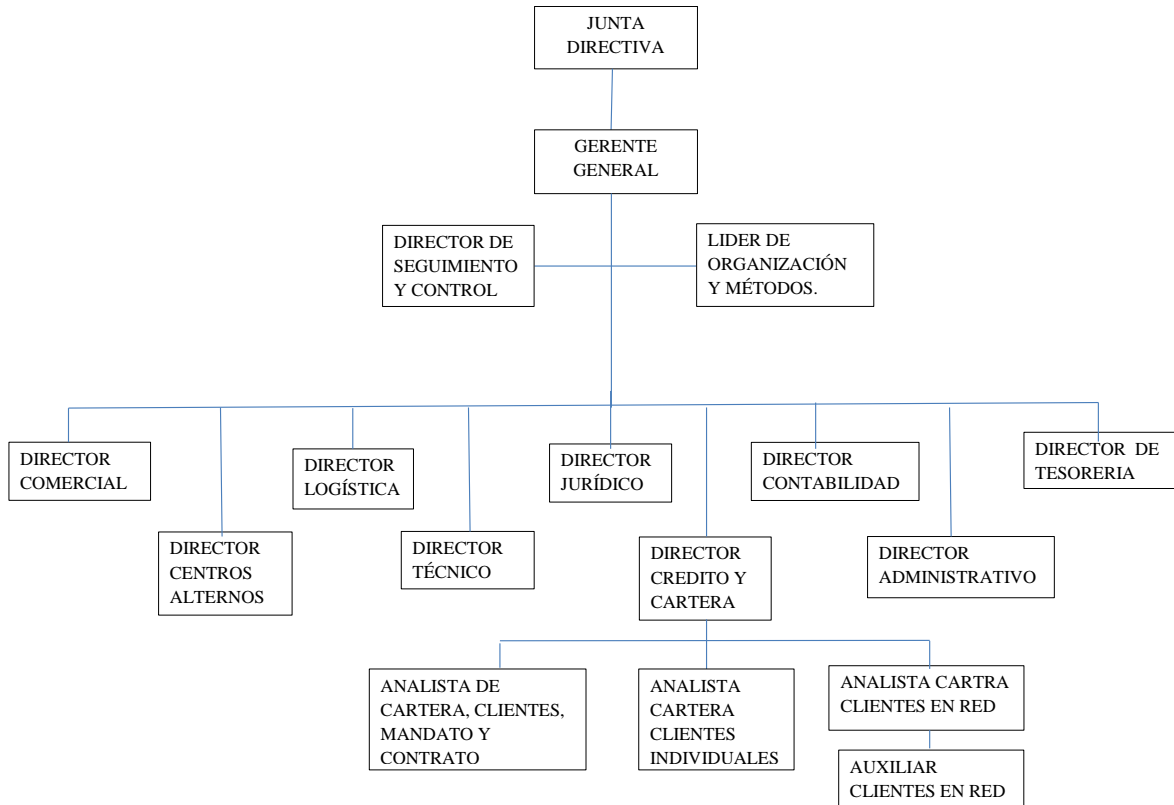


Figura 1. Organigrama

Fuente: elaboración propia.

Diagnóstico

La compañía Distracom S.A, es una empresa que se ha esmerado mucho por ofrecer un buen servicio a sus clientes, con el fin de que la empresa crezca a través de la fidelización de clientes y obteniendo contratos con las empresas más importantes del país.

Sin embargo al observar de manera cercana sus empleados, se hace evidente que para la compañía, el recurso humano está un poco olvidado, ya que no se cuenta con programa de bienestar y sólo se trabaja en pro de que el personal que pertenece a su compañía produzca.

Los colaboradores de la compañía Distracom S.A de la sede Medellín han manifestado ciertas inconformidades en cuanto a la labor, de una u otra manera, se debe a que la compañía toma muy poco en cuenta las necesidades que tiene el empleado.

Por lo anterior se considera adecuado pensar en que una de las principales falencias está en el no saber cuáles son las carencias del personal que conforma la compañía. Lo anterior ha traído como consecuencia que los índices de rotación no hayan disminuido del 4%, y que además el personal desista del trabajo en las primeras semanas de capacitación que brinda la compañía a las personas vinculadas.

De esta manera se está ingresando los candidatos a la compañía teniendo en cuenta sólo sus capacidades para el cargo, pero no se mira más allá; es decir no se evalúa que tan interesante es o no el cargo para la persona evaluada y que es lo que la mantendría firme en su labor.

Además de lo anterior no se hace un seguimiento a los niveles de motivación que presenta la persona ingresada, haciendo que se pasen detalles por alto que pueden impedir que la persona desista de su labor o realice su trabajo de manera inadecuada.

Se hace evidente también que al personal no se le ha dado el espacio necesario para expresar sus inconformidades, además, sus jefes inmediatos no poseen la capacidad de motivar de alguna u otra manera sus empleados cuando estos se encuentren en situaciones difíciles, debido a que no saben cómo hacerlo de manera adecuada, ya que no conocen las necesidades del empleado, sus expectativas y como puede influir en su comportamiento y productividad lo que la empresa les ofrece.

Se hace necesario un análisis a profundidad de los posibles factores que influyen en la deserción de un puesto de trabajo, y evaluar qué tipo de factores motivacionales poseen los integrantes de la compañía con el fin de trabajar en la implementación de objetivos que permitan reforzar las necesidades del personal que labora en la compañía.

Planteamiento del problema

En cuanto a las responsabilidades que debe cumplir que el trabajador en la organización, están apoyadas en sus intereses, necesidades, y satisfacción personal éstas se convierten en un factor de gran importancia para la producción y el beneficio tanto para el empleador como para el empleado. Por ello es fundamental tomar como punto de inicio la realidad de cada empleado en cuanto a sus necesidades, motivación y compromisos.

Las empresas son cada día más conscientes del fenómeno de la motivación, por ello se pretende identificar qué factores impulsan a los empleados de Distracom S.A a fijarse objetivos que estén enfocados al cumplimiento de metas, puesto que el rendimiento de los trabajadores depende, entre otros factores, de la motivación que éstos posean para desarrollar el trabajo.

Dentro de la organización, la motivación de los empleados ha sido uno de los temas más estudiados y abordados por los psicólogos organizacionales, la motivación como plantea Barruck (1987), es definida como los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y continuar en ellas para su culminación, está relacionado con el interés que estimulan la obtención de una meta.

Es de suma importancia mencionar que en estudios anteriores también se observó la importancia de la motivación, como se plantea en la siguiente investigación “Factores motivacionales que inciden en la satisfacción laboral y su implicación en el desarrollo del clima organizacional de una empresa “ Sánchez, A & Gómez, C. (2010). Analizan qué es el clima organizacional, la motivación y cuáles son las funciones que se deben tener presentes en una organización.

También en la siguiente investigación “Importancia de la motivación en el Capital

Humano de las empresas en Colombia” Duque, C. & Garcés, E. (2009). Donde describen la importancia de la motivación y muestra ejemplos en los cuales el capital humano es motivado y obtienen el logro de objetivos.

Es por esta razón que surge la necesidad de conocer los factores motivaciones de la empresa Distracom S.A, ya que estas inciden, posibilitan y favorecen por una parte el clima laboral, y por otro lado el bienestar del colaborador.

Por lo anterior se considera pertinente abordar un estudio para medir los factores motivacionales de los empleados de la empresa Distracom S.A, estudio que se realizará por medio de la aplicación del CMT , Cuestionario de Motivación para el Trabajo. Instrumento creado por el psicólogo Fernando Toro, el cual ha sido convalidado para distintas poblaciones de latinoamerica; este cuestionario está diseñado para identificar características y condiciones de las personas que determinan, aparte de su habilidad y conocimiento, las preferencias, la persistencia y el vigor de su desempeño laboral. (Toro, 1992).

La pregunta de investigación que se abordará en el presente trabajo es la siguiente:

¿Cuáles son los factores motivacionales más representativos que se destacan en los empleados de la empresa Distracom S.A, de la ciudad de Medellín, en el periodo laboral 2013-2014?

Preguntas complementarias:

¿Qué factores motivacionales se destacan en los empleados de la empresa Distracom S.A a partir de la aplicación del Cuestionario Motivación para el Trabajo?

¿Existen diferencias significativas en los factores motivacionales a partir de un análisis entre géneros de los empleados de la empresa Distracom S.A?

Formulación del problema

En la actualidad la importancia de la motivación en las organizaciones es muy relevante para el logro de objetivos, es por ello que la empresa Dsitracom S.A reconoce la utilidad de identificar los factores motivacionales más importantes de sus empleados.

La pregunta de investigación que se abordará en el presente trabajo es la siguiente:

¿Cuáles son los factores motivacionales más representativos que se destacan en los empleados de la empresa Distracom S.A, de la ciudad de Medellín, en el periodo laboral 2013-2014?

Pregunta que se busca responder mediante la realización de un estudio tendiente a medir los factores motivacionales de los empleados de la empresa Distracom S.A, por medio del uso del cuestionario de la motivación para el trabajo (CMT), que nos brindara la posibilidad de indagar el papel de la motivación con el desempeño laboral de sus empleados en organización.

Justificación

El interés que justifica la realización de este trabajo de investigación, es describir la motivación en el personal que labora en la empresa Distracom S.A en el periodo laboral 2013-2014. Los tiempos evolucionan, la sociedad y las organizaciones se van modificando a gran velocidad, siendo cambiantes los retos y haciendo más necesaria la implementación de nuevas propuestas que incrementen el desempeño de sus empleados, por ello es importante conocer la trascendencia de los factores motivacionales y como éstos juegan un papel importante para la obtención de un mejor clima laboral; de igual relevancia es saber sobre la creatividad, recursividad y pro actividad de los empleados al interior de una organización, ya que de estos factores depende en gran medida la competitividad de una empresa.

Es por lo anterior que la realización de este trabajo de grado, reviste gran utilidad para saber la situación actual y potencial de la empresa objeto de estudio.

Cabe resaltar que la empresa Distracom S.A, está construyendo su equipo de gestión humana buscando contribuir y mantener el clima organizacional y un entorno de excelente calidad, con el objetivo de fortalecer el capital humano, por esto se considera importante la motivación de sus empleados con el fin de cumplir las metas que incrementen el desarrollo de la empresa, estos son factores motivacionales que facilitan la obtención del éxito.

Un empleado motivado, se caracteriza por su desempeño, y este responde adecuadamente, mostrando eficacia y eficiencia, a diferencia de un empleado que muestre frustración frente a su labor, que no cumpla con sus funciones y responsabilidades.

Por lo tanto se implementará el CMT (Cuestionario de Motivación para el Trabajo), se aplicará este cuestionario debido a que está convalidado en nuestro medio y se adapta perfectamente para rastrear los factores motivacionales que pretende la investigación, la confiabilidad y

validez de esta prueba permitirá obtener resultados que den cuenta de la pregunta de investigación objeto de estudio.

Objetivos

Objetivo general

-Determinar los factores motivacionales más representativos para los empleados de la empresa Distracom S.A., durante el año laboral 2013-2014.

Objetivos Específicos

- Determinar que factores internos de motivación propician un sentimiento de satisfacción por parte de los empleados en el desarrollo de sus actividades laborales.

- Establecer que factores externos de motivación afectan el desempeño laboral en los empleados de la empresa objeto de estudio.

- Definir las preferencias en el uso de medios para la obtención de retribuciones deseadas por parte de los empleados en el ejercicio de su trabajo.

- Relacionar los factores motivacionales de mayor peso según diferencia comportamental entre hombres y mujeres (sexo).

Marco teórico

Marco de antecedentes

Para la realización de ésta investigación es necesario considerar que los siguientes autores son parte fundamental para el planteamiento y desarrollo de este.

Este trabajo se basa en la recolección de indagaciones en diferentes fuentes bibliográficas (digitales y físicas), tales como: Ebsco, Redalyc, Dialnet, Universidad San Buenaventura, Universidad de Envigado, entre otras, estas fueron parte fundamental para la recopilación de la información que hace parte del tema a trabajar.

Gómez & de la Cruz (2014) En su investigación buscaron como aumentar la producción laboral y mejorar la productividad en una organización, mediante entrevistas al personal brindaron como resultado que la mejoría en las relaciones humanas, la participación de los trabajadores y la inclusión en la toma de decisiones, ofrecen una relación positiva entre satisfacción laboral y el compromiso que tenga la organización con sus empleados.

La anterior investigación arrojó como resultado la importancia de la inclusión, conociendo las necesidades del trabajador, siendo de gran relevancia para la motivación del capital humano, brindando éxito en la organización y simultáneamente a sus trabajadores.

Bedoya & Vanegas (2013) el objetivo fundamental de las empresas es de generar rentabilidad, productividad y eficiencia. Para lograr esto, los recursos humanos son muy importantes, y las capacidades que estos tienen para permitir un buen funcionamiento de la organización y el logro de objetivos, realizaron un estudio en la empresa de El Darien Ltda, en el cual determinaron que la influencia del factor motivacional es esencial ya que persuade a las personas para realizar una tarea, al elevarla se logra que su compromiso y eficiencia sean

mejores.

Curral & Quinteiro (2009) exploran cómo la innovación requiere competencias de auto-navegación, proponen que las destrezas de auto-liderazgo median la relación entre la orientación de meta y la motivación. Para investigar esto, 108 empleados de tres compañías dedicadas a la implementación de soluciones tecnológicas fueron encuestados en sus creencias de orientación de meta, su nivel de motivación intrínseca, la frecuencia con la que introducen nuevos procedimientos en sus trabajos, estas encuestas arrojaron una relación positiva con la innovación y la motivación, de este modo, las competencias de autonavegación de los empleados podría ser un camino para facilitar la conducta innovadora.

Ramírez & Badii (2008) el objetivo principal de su investigación es determinar si la motivación laboral es un factor fundamental para lograr los objetivos de la organización. De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron no estar de acuerdo al considerar que el salario es la fuente principal de motivación, considerando otras fuentes como son la estabilidad y el reconocimiento de sus funciones. Mediante encuestas realizadas a los empleados de una empresa manufacturera de acero, un noventa por ciento de la población tomada manifestaron estar completamente de acuerdo al considerar que la motivación es fundamental para el logro de objetivos.

Nieto & Planes (2007) en su investigación brindan tres enfoques, el primero la actividad laboral, el segundo la capacidad de autorregulación, el tercero la autoexpresión, dando como resultado de mayor importancia el tercer enfoque ya que este contribuye al estudio de la motivación laboral, teniendo como objetivo principal la condición de autoexpresión del empleado siendo esta la fuerza fundamental que activa, dirige y sostiene el comportamiento de las personas tanto a nivel personal como laboral.

Monfort & Núñez (2005). En su investigación hacen referencia a la importancia de la motivación laboral para el desarrollo y consecución de las metas organizacionales, mediante un estudio de caso determinaron que los aspectos materiales no son la fuente principal de motivación, resaltando la importancia de unirlos con elementos intangibles como lo son la inclusión, la aprobación y el reconocimiento llegando a la conclusión de que la motivación laboral permite satisfacer las necesidades de los trabajadores.

Sánchez & Gómez (2010) dan a conocer la relación existente entre los factores motivacionales y la satisfacción laboral en el desarrollo del clima organizacional de una empresa, presentando un análisis que permitió conocer la importancia del ambiente laboral y de lograr generar un clima organizacional adecuado, para obtener unos buenos resultados a nivel de metas.

Duque & Garcés (2009) estos autores citan la importancia que tienen para los directivos la influencia que se ejerce en el logro de objetivos organizacionales. Este estudio aporta a la investigación el valor de ver las condiciones motivacionales de las personas y además saber que estas no solamente contribuyen en el desarrollo personal sino también en la obtención de logros empresariales.

Cruz & Cantero (2009) brindaron determinantes para retener empleados valiosos, para lograrlo es importante darle continuidad a sus motivaciones, permitiendo la estabilidad en la organización. En su investigación tomaron como unidad de análisis a sus trabajadores, mostrando que para retener excelentes empleados es necesario darle continuidad a los factores motivacionales que potencian sus acciones positivas otorgando beneficios al empleado y al empleador.

Giraldo (1994) en el cual se buscaba mostrar la incidencia que tenían los factores motivacionales internos de los empleados de la Fábrica de Licores de Antioquia. Este trabajo

suscito interés y propicio el avance de la investigación sobre motivación en este caso intrínseca ya que permitió conocer que las más relevantes eran las motivaciones internas, debido a que éstas brindan fuerza e impulso propio por cumplir con las funciones asignadas logrando la obtención de resultados deseados.

Rafael Castellano (1994) investigación en la cual se hace énfasis en la teoría de la motivación y se cita a Maslow y su teoría de la Pirámide de Necesidades, con este estudio se tiene en cuenta los principales fundamentos de Maslow y se tiene una mirada integral de la motivación teniendo en cuenta los distintos niveles jerárquicos de las necesidades del sujeto, ampliando así el campo de conocimiento sobre la motivación, permitiendo seleccionar los más relevantes y fortaleciendo aquellos en los que no se obtiene mayor importancia.

Carmona & Acosta (1993) establecen el grado de incidencia de los factores motivadores extrínsecos, en cuanto a la actitud que tenía el personal operativo que se desempeñan en los clubes recreativos de la empresa de servicios Comfama de la ciudad de Medellín. Como resultado de entrevistas el factor motivador más importante es el monetario, esto brinda a la empresa la posibilidad de evaluar el factor incidente en su personal operativo.

Díaz y Palacio (1993) con relación a la motivación de las personas con roles técnicos y roles administrativos, brindan las estadísticas más significativas sobre las diferencias de los perfiles motivacionales de dichas personas. Éstos autores se basan principalmente en los comportamientos y responsabilidades utilizando sistemas comparativos y descriptivos con el fin de identificar y distinguir el perfil motivacional según el rol que desempeña cada uno y su respectiva área; adicionalmente, es un complemento para la debida observación de cómo pueden variar las condiciones y rendimientos laborales según el cargo.

Concepto de motivación

Teniendo en cuenta el tema a tratar en la presente investigación, es necesario dar un significado claro acerca de la motivación, debido a la gran variedad de conceptos que se aprecian en la literatura especializada.

El ser humano en su mayoría es determinado por sus conductas, estas acciones pueden ser de naturaleza física o mental, el cual cobran un sentido para la existencia de cada individuo, ya que cada una de ellas en su mayoría van en busca de un objetivo, tienen una finalidad y una meta.

El hombre por naturaleza siente la necesidad de realizar ciertas actividades que posteriormente se convierten en motivos. Por lo dicho anteriormente, las necesidades son el primordial motor para que cada sujeto actúe en son de su motivación y se cumplan satisfactoriamente.

Las necesidades se pueden dividir en básicas, las cuales suelen ser las primeras que el ser humano satisface. Estas son: salud, sueño, alimentación y vestido. Posteriormente entran a jugar otras necesidades que les puedan brindar seguridad, afiliación, autoestima y autorrealización. (González, 2002, p. 10)

Para Maslow, estas necesidades fueron principales para construir su teoría, de allí se desencadenan varias teorías y autores para exponer la motivación desde diferentes puntos de vista los cuales a continuación se dan a conocer.

Según plantea Barruck, (1987) la motivación se puede comparar con los estímulos que mueven al individuo a realizar determinadas acciones y continuar en ellas para su culminación,

este término se relaciona con voluntad o interés, constituido mayormente por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

Por su parte Maier (1949) empleo el término motivación para caracterizar el proceso que determina la expresión de la conducta. Una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades y anhelos.

De otro lado Yung (1972) considera la motivación como el proceso para despertar la acción, sostenerla y regularla, el patrón de la actividad que actúa en el comportamiento de los individuos, iniciando con una provocación, dirección y mantenimiento, tendiendo un fin generalmente positivo.

Chiavento (1985) explica que todos los actos del ser humano son guiados por una cognición, por lo que la motivación es dada en términos de fuerzas activas e impulsadoras, traducidas en “deseos”, estas varían de un individuo a otro produciendo diferentes modelos de comportamiento, por tanto diferentes tipos de motivación.

Determinantes de la motivación

La motivación suele ser compleja al ligarse a los seres humanos, por tal motivo es determinada por varios factores complejos, internos y externos.

Determinantes internos o propios del organismo:

-Herencia: este concepto se considera como una asociación de repuestas hereditarias o genéticas que genera el organismo, es decir, ya están programadas para dar la respuesta ante cualquier situación sin tener un conocimiento previo de dicho acontecimiento.

-Homeostasis: se define como el nivel óptimo de la motivación para mantener el

equilibrio en el organismo, si en algún momento el cuerpo no se encuentra en el nivel apropiado, algunos circuitos encargados de mantener la homeostasis se encargan de que los niveles vuelvan al lugar adecuado.

-Crecimiento: cada ser humano se encuentra idealizado por alcanzar su máximo potencial en todos sus niveles (físico, emocional y psicológico), por lo cual se tiene la necesidad de dominar o considerar algún efecto sobre el entorno que lo rodea.

-Procesos Cognitivos: dicese de la información que una persona tiene y que posteriormente selecciona y de esta misma manera es procesada.

Determinantes externos (desempeñan propulsión de las conductas):

-Aprendizaje: son acciones motivadas por el ser humano que se adquieren, que se van desarrollando y por lo tanto conservando a través del aprendizaje que se va generando poco a poco por impulsos, es decir, la necesidad enérgica que tiene cada quien para cumplir o satisfacer comportamientos y de esta manera poder reducir en gran medida la impulsividad.

-Hedonismo: este concepto motivacional es el encargado de causar placer y dejar de un lado situaciones que produzcan desagrado, displacer o dolor, dicho de otra manera, son acciones motivadas que regulan, adecuan y organizan los comportamientos de los seres humanos, para así, propiciar acontecimientos afectivos que le generen gusto o placer y de igual manera rechazar situaciones que no le sean agradables.

-Interrelación social: la interacción con otros individuos es parte importante en el vivir cotidiano, ya que propicia en gran medida niveles de motivación/desmotivación, al hacer contacto con otros sujetos. Esto se da porque la motivación tiene variables biológicas

y culturales, por lo tanto la sociedad también hace parte de la adaptabilidad, las necesidades biológicas/psicológicas y por lo tanto la motivación.

Los determinantes anteriormente mencionados actúan de manera individual o grupal, arrojando como resultado final la conducta realizada como producto de dichos determinantes (Sanahuja, 2013)

Psicología de la motivación

Marshall Jones (1955) la psicología de la motivación es muy extensa, la cual abarca toda la parte fisiológica y subconsciente del ser humano, para así alentar las conductas con sus respectivos factores motivacionales. Por lo cual la motivación se define como los propósitos conscientes, en palabras coloquiales sería: “me gustaría, quiero ser, me esfuerzo por” entre otras, en términos conductuales, “la forma en que la conducta se inicia, es activada, mantenida, dirigida e interrumpida”, es decir, el porqué de la conducta, ligada al cómo y al qué.

Motivación laboral

La motivación ha ocupado un campo importante en el estudio del ser humano y más aún cuando este se encuentra en contexto con el campo laboral. Así, se ha visto que en los últimos tiempos, no siendo el estudio en las organizaciones algo novedoso, ha adquirido mayor importancia todo lo relacionado con la motivación laboral en las organizaciones.

Delgado (2002) cita “En el momento actual el talento es el valor diferencial por excelencia y la competitividad de las empresas estará directamente relacionada con la capacidad que las empresas tengan para atraer, desarrollar y retener talento” (p. 35)

Con lo anterior cabe anotar que las empresas han tomado en cuenta que es de gran

importancia para la productividad de sus negocios el buen sostenimiento de sus colaboradores dentro de la misma, de igual manera han percibido la trascendencia que posee que a los empleados se les motive para conseguir el logro adecuado de los objetivos planteados por la empresa.

Teniendo en cuenta lo que cita Delgado la Motivación cumple un papel importante en las organizaciones y lo que se debe es tratar de alinear de alguna manera los intereses de la organización con los intereses del colaborador, para que de éste modo los objetivos de la organización se cumplan con satisfacción.

Morales (2002) define la motivación laboral como un impulso interno que activa la conducta e impulsa al sujeto a trabajar teniendo como objetivo alcanzar una meta propuesta, y esto implica que la persona adquiera un compromiso con su trabajo, con la empresa en la que se desempeña y con los objetivos de la misma.

Teniendo en cuenta los argumentos de Morales, las Organizaciones han tenido mayor énfasis en conocer cuál es la motivación de sus colaboradores con el fin de lograr que su desempeño sea el adecuado, y para ello deben hacer énfasis en que la compañía cumpla con las expectativas del trabajador para que el mismo pueda cumplir los objetivos planteados en su labor, es decir, este es un comportamiento recíproco que permite que ambas partes satisfagan sus necesidades.

En síntesis, la motivación laboral hoy por hoy se puede definir como una reciprocidad entre la organización y el individuo, adquiriendo ambas partes un compromiso mutuo con el fin de alcanzar un objetivo que traerá beneficios para ambas partes.

Tipos de motivación

Motivación Interna.

Son aquellos elementos o características personales del individuo, de carácter afectivo que nacen internamente y que le impulsan a seguir una determinada línea de acción y ejecución, de allí se derivan sentimientos que generan satisfacción o disgusto de su experiencia con personas o situaciones establecidas.

Estas condiciones tienen la potencialidad de orientar y activar el comportamiento hacia ciertas direcciones y con cierto grado de intensidad, es allí donde Herzberg (1966) citado en Díaz y Palacio (1993) sintetiza la teoría planteada “existen dos categorías de factores, las asociadas en relación con el puesto de trabajo (intrínsecos) y las variables de satisfacción en el contexto organizacional (extrínsecas).

Herzberg (1966) sostiene que los factores intrínsecos al trabajo como el completar exitosamente una tarea, libertad y autonomía, el reconocimiento recibido por otros y el progreso alcanzado en el trabajo, estimulan el buen rendimiento, que beneficiara tanto el empleado como a la organización. Cuando los factores motivacionales son de calidad, producen bienestar en las personas; estos son llamados también factores de satisfacción.

En palabras de Reeve “cuando las personas realizan actividades para satisfacer necesidades de causación personal (autodeterminación), efectividad o curiosidad entonces actúan por motivación intrínseca” (Reeve, 1994, p. 130).

Motivación Extrínseca.

Es llamada motivación extrínseca cuando la fuente de motivación en el ser humano es

externa, es decir, se encuentra fuera de la persona mas no interna, un ejemplo podría ser el dinero.

Según Toro y Cabrera citado en Díaz y Palacio (1993) esta dimensión se refiere a las características que están asociadas con el desempeño, tienen el carácter de incentivo y son valorados por el resultado obtenido en el trabajo que se desempeña, y la actividad ocupacional que realiza la persona. De allí se desprende cinco factores motivacionales:

Supervisión en la cual se obtiene un reconocimiento de la autoridad; luego el *grupo de trabajo*; en la cual se relaciona con las condiciones de trabajo que permiten estar en contacto con otros, *el contenido del trabajo*; está vinculada con la valoración que el individuo hace acerca de las condiciones intrínsecas del trabajo que le proporcionan autonomía, satisfacción de las expectativas frente a la labor desempeñada; *el salario* referida a la valoración de la retribución económica y por último la *promoción* siendo esta la posibilidad de ascender en el puesto de trabajo.

A dicha motivación van ligados dos términos esenciales que se dan después de ejecutar un comportamientos, una de ellos es el castigo se refiere a “un objeto ambiental no atractivo que se da después de una secuencia de comportamiento y que reduce las probabilidades de que esa conducta se vuelva a dar” (Reeve, 1994, p. 102).

El otro concepto es la recompensa, según Reeve es “un objeto ambiental atractivo que se da después de una secuencia de conducta y aumenta las probabilidades de que esa conducta se vuelva a dar” (Reeve, 1994, p. 102). Según lo anterior se puede determinar que son muy contrarias la una de la otra, una suele ser positiva mientras que la otra negativa para las futuras conductas que pueda realizar el individuo. (Bedodo & Giglio, 2006).

Teorías motivacionales

Teoría de la necesidad de motivación.

David Mc Clelland (1962) principal autora de esta teoría plantea que los individuos tienen la necesidad de realizar logros, la necesidad de logro es una característica de la personalidad, sus estudios teóricos abarcan los siguientes aspectos:

La necesidad de logro: es la motivación a sobresalir y esforzarse en alcanzar el éxito, el deseo de hacer algo mejor o más eficientemente de lo que se ha hecho antes. En el caso de la necesidad de poder, el ejercer influencia sobre otras personas y en la medida en que lo consigue, obtiene una mayor aceptación, estatus y reconocimiento por parte de los demás. Por último, cuando existe necesidad de afiliación, la persona lo que desea es establecer, mantener o restaurar relaciones interpersonales amistosas y cercanas, ser aceptado por otros.

Jerarquización de las necesidades.

Abraham Maslow (1994) psicólogo conocido esencialmente por ser uno de los principales fundadores de la psicología humanista, la cual consiste en la búsqueda de la autoactualización y autorrealización del ser humano, creando en si la “pirámide de las necesidades” (fisiológicas, de protección, sociales, de consideración y estima y de auto desarrollo) que causan satisfacción en el ser humano y que se van supliendo una a una.

A continuación de forma más detallada se explicaran las necesidades básicas o fisiológicas y las psicológicas o sociales:

-Fisiológicas: son las necesidades básicas que el ser humano realiza cotidianamente por cuestión de supervivencia como, dormir, alimentarse, sexo, etc.

-Seguridad: después de satisfacer las necesidades fisiológicas, entran en un proceso el cual requiere de seguridad para cubrir contingencias en el futuro, mostrando así su nivel de protección contra daños físicos y emocionales.

-Sociales: el ser humano requiere de la socialización para poder tener acceso al afecto, amistad, amor, es decir, un reconocimiento por el otro.

-Autoestima: amor propio, aceptación, un proceso de identificación de sí mismo para lograr una proyección de metas y objetivos.

-Autorrealización: aquí se logra un estado óptimo o máximo al cubrirse todas las necesidades insatisfechas, adquiriendo la persona más ganas de ser que de tener.

Teoría de la equidad.

John Stacey Adams (1963), subraya la importancia que tiene el proceso de comparación social en la determinación de la conducta humana, concretamente desde este planteamiento se alude a la tendencia del ser humano a evaluarse a sí mismo por medio de la comparación con otras personas (comparación social) y en el grado de justicia o equidad que las personas perciben en su intercambio con la organización. Los criterios de valoración utilizados son las aportaciones (todos los elementos que la persona trae al trabajo) y los resultados (los beneficios que la persona obtiene por parte de la organización). .

Teoría bifactorial.

Herzberg, Maussner y Snyderman (1959) llevaron a cabo una serie de estudios con el objetivo de averiguar cuáles eran los factores que determinaban la satisfacción o insatisfacción de los trabajadores en todos los cargos, acabaron estableciendo los elementos básicos de una

auténtica teoría que permite comprender mejor el proceso motivacional en los entornos laborales. De acuerdo con su planteamiento, los factores que conducen a la satisfacción del sujeto (motivadores) de carácter intrínseco, son distintos de los que conducen a la insatisfacción.

Teoría de la Expectativa-valencia.

Vroom (1964) quien afirma que la conducta es una función de tres variables multiplicativas (la expectativa, la instrumentalidad y la valencia del resultado). Así, por ejemplo, una persona se embarcará en unas acciones u otras, en la medida en que crea que ese acto o esfuerzo le conduzca a un determinado resultado teniendo como fin el alto rendimiento laboral, el cual, a su vez, le va a permitir conseguir otro resultado, por ejemplo la mejora salarial, siendo además ambos resultados muy valorados por el sujeto. Por tanto, aquí el sujeto tiene capacidad para regular su conducta, ya que puede elegir realizar unas conductas y no otras, en función de qué sea lo que anticipe y cuánto lo valore.

Muchinsky (2001) señala que esta teoría ofrece una explicación muy racional y consciente de la motivación humana. Se asume que las personas se comportan de tal forma que aumentarán al máximo las ventajas esperadas (consecución de resultados) de exhibir ciertas conductas en el trabajo y de emplear ciertos niveles de esfuerzo. Sin embargo, no tiene tanto valor predictivo si entran en juego motivos no conscientes y tiene dificultades a la hora de predecir la conducta de los sujetos en situaciones concretas de la vida real.

Teoría del establecimiento de metas.

Locke y Latham (1968) este planteamiento asume que la motivación es un proceso racional y consciente, donde la persona tiene la capacidad de establecer metas de distinta índole, con lo que aquí de nuevo se enfatiza la capacidad de autorregulación de la conducta. Su

planteamiento básico es que las ideas conscientes regulen las acciones de las personas. De acuerdo a la base de la motivación dirigen la conducta y además, postulan la existencia de diferentes factores que condicionan la relación entre los objetivos y el rendimiento, que son: la dificultad de los objetivos (a mayor dificultad, el rendimiento será de mayor calidad, pero para ello la persona debe contar con los conocimientos y habilidades necesarias), la especificidad de los objetivos (cuando los objetivos son específicos, se consiguen mejores niveles de rendimiento).

Teoría Social-cognitiva.

Bandura (1997) según el autor, son nuestras expectativas de eficacia las que más determinan las metas que nos fijamos, las actividades que elegimos y nuestra disposición a emplear esfuerzo y persistir en ellas. Una vez se han fijado las metas, se produce el proceso de autoobservación, que consiste en prestar atención a los aspectos específicos de la propia conducta que se consideran básicos respecto a una tarea determinada, al finalizar este proceso, comienza la autoevaluación, donde la persona compara su rendimiento con sus referentes internos o de las personas importantes.

Bandura (1997) plantea cómo la motivación afecta la eficiencia en el trabajo y en la ejecución de metas, por esto es necesario brindar una adecuada motivación al personal aun sabiendo que ésta varía en cada individuo, teniendo claro que la motivación de los empleados es de suma importancia ya que esta representa un elemento fundamental para el éxito empresarial que traerá consigo rentabilidad y ganancia para ambos.

Motivación desde las escuelas

En el libro *psicología de la motivación* de Koffer y Appley (1996) en el capítulo 10, trata

acerca de la motivación en la teoría del aprendizaje, Motivación y aprendizaje, planteado desde los estudios de Thorndike, donde propuso la ley del efecto. Ha existido una íntima y continua relación entre motivación y aprendizaje, y lo difícil de separar la una de la otra. La motivación parece importante como factor para la instigación de la conducta y esencial para que un organismo aprenda. Los estados motivacionales también pueden determinar cuán efectivas son las "recompensas" para lo que el organismo está haciendo; siendo este un factor que influye sobre el aprendizaje.

Modelo motivacional de Hull .

Hull (1943) concibe la sobrevivencia como aquellas sustancias que deben incorporarse por ejemplo, aire, agua, comida o eliminarse, para que el individuo sobreviva y aquellas interacciones como son cortejo, apareamiento y conducta maternal.

Hull dice que " las condiciones de necesidad activan los órganos receptores más o menos característico, las pulsiones entran en acción cuando la situación de hacerse más intensa o prolongarse más, podría volverse dañina" (1943, p. 65).

Si se considera a la sobrevivencia en términos esencialmente biológicos, entonces ciertos estados motivacionales pueden adquirir un significado especial, estos son los estados más íntimamente relacionados con la sobrevivencia, como el hambre, la sed, el sexo, y la evitación del dolor. Se podría describir el sistema de Hull como principalmente preocupado por la motivación, él empezó a preocuparse cada vez menos por la teoría del aprendizaje y cada vez más sobre los factores que influyen sobre la conducta, incluyendo los motivacionales, debido a las investigaciones y hallazgos que forzaron a que sucediera este cambio. El sistema de Hull considera tres problemas impuestos por su compromiso con el modelo de supervivencia, primero

las pulsiones y los mecanismos postulados por dichas pulsiones, segundo especificar las formas en que tales funciones afectan la conducta y tercero los factores adicionales que controlan el comportamiento.

Pulsiones y mecanismos de pulsión.

Para Hull la necesidad corporal era la base final de la motivación y surgía de la deficiencia de ciertas sustancias necesarias a las sobrevivencia o de un exceso de sustancias perjudiciales a la sobrevivencia del individuo, sin embargo no se incorporan directamente al sistema las necesidades como tal, más bien “ la pulsión fue la estructura sistemática usada, como él lo menciona” ya que una necesidad real y potencial, por lo general precede y acompaña la acción de un organismo, a menudo se dice que la necesidad motiva o impulsa la actividad asociada.

Pulsiones Primarias.

Son aquellas asociadas con los estados de necesidad, que son parte del equipo innato del organismo y que Hull pone en lista, son las siguientes:

Hambre, sed, aire, regulación de la temperatura, defecación, micción, descanso, sueño, actividad, actividad sexual, construcción del nido, cuidado de las crías y evitación de la pena o alivio de esta.

Las necesidades primarias generan y lanzan corrientes, que sirven para activar receptores residentes, esta activación constituye el estímulo de la pulsión "se dice que existe un estado de necesidad y que surge una estimulación más o menos persistente", este estado evoca respuestas (Hull, 1951, p. 15).

Reforzamiento Primario.

Se concibe las pulsiones como estímulos y estos actúan sobre clases particulares de receptores en algún lugar llamado “receptores de pulsión”, la función de dichos estímulos de pulsión como variables motivacionales es activar respuestas. Hull tiene la concepción de la adaptación biológica y la sobrevivencia, parece ya por completo claro, que la conducta sirve, esencialmente, a las necesidades, según las representan las pulsiones y que el aprendizaje es un proceso cuya función biológica consiste en ampliar los límites de adaptabilidad del organismo.

Pulsión secundaria.

Hull habló de condiciones como la privación que hacia surgir un estado de pulsión, habrá respuestas que escaparan por retraimiento al estímulo dañino, por ejemplo, quemarse, a causa de este aprendizaje el estímulo de la situación puede estar alerta a las respuesta de retraimiento en ocasiones futuras, antes del daño.

Reforzamiento Secundario.

Es el segundo factor aprendido que genera un papel central en la teoría hulliana de la motivación, esta no sirve solamente para mantener la conducta y desarrollar un nuevo aprendizaje si no que desempeña un papel inicial en las cadenas de conducta que perduran por considerables periodos.

Reacciones de Meta.

La reacción de meta es otro concepto motivacional, se considera como procesos simples y unitarios, como es comer. El sistema de Hull (1951) descansa en el problema evolucionista de la sobrevivencia orgánica, inicialmente la preocupación principal parece centrarse en las

necesidades del tejido del organismo, muchas de las cuales dan lugar a pulsiones, como el hambre, sed, sexo, la evitación del dolor y la inhibición reactiva.

Motivación y Reforzamiento .

Kenneth W. Spence (1956) no se dedica como Hull al problema general de la sobrevivencia, empieza indicando que entre rasgos de aprendizaje selectivo se encuentra que el organismo es motivado y que puede implicar esta motivación

Spence postula dos tipos de estados motivaciones primarios o no aprendidos, las necesidades apetitivas como el hambre y la sed, y los estados de pulsión aversivos emocionales, como el dolor provocado por un estímulo nocivo, “se ha demostrado claramente que la fuerza de respuesta, en situaciones de condicionamiento de recompensa instrumental, es una función creciente, hasta cierto punto del tiempo de privación de comida y agua. Parece que existe un periodo máximo, más allá del cual la fuerza de respuesta, de hecho, disminuye” (Spence, 1956, p. 169).

Inhibición.

Spence (1956) se orienta ante todo al problema general del aprendizaje selectivo, pero se dedica principalmente a dos tipos de condicionamiento, el clásico y el instrumental, el primero depende del reforzamiento como funcionamiento empírico y es sumamente importante porque las respuestas de meta fraccionales se forman por medio de él. Este aprendizaje instrumental se desarrolla por medio del principio de contigüidad, pero gobierna la ejecución de respuestas instrumentales un factor incentivo que se adquiere por medio del condicionamiento clásico.

Según los principales conceptos motivacionales de Miller citado por Spence (1956) son estímulos fuertes como pulsiones, reducción de pulsión como reforzamiento, pulsiones

adquiridas y generalización de pulsión, hace hincapié en el aspecto del estímulo sobre la motivación.

Recopilando la información mediante las ideas de Hull, Spencer, Miller, cabe resaltar el papel de la motivación en la activación de la conducta no aprendida y aprendida de los organismos y en proporcionar algunas de las condiciones para el reforzamiento del aprendizaje. Para Hull, las pulsiones primarias son estímulos, cuya reducción o eliminación es reforzante hasta donde a la adquisición de respuesta concierne. Miller define la pulsión como una estimulación fuerte y ha trabajado fundamentalmente con los estímulos externos fuertes. Spencer desarrollo y modifíco la teoría de Hull preocupándose menos de los problemas generales de la adaptación y la sobrevivencia que del análisis de ciertos problemas del aprendizaje.

Tolman y motivación.

Tolman (1932) siempre reconoció el papel de los estados motivacionales fisiológicos en la conducta de la rata. Menciona "el propósito último de la rata, es llegar a un reposo fisiológico final o de una perturbación fisiológica final, o de ambas". (1932, p.28).

Tanto Tolman como Hull definían la pulsión como un determinante conductual, siendo estas las bases primordiales de cada conducta. La significación que Tolman dió a las variables motivacionales, han sido traducidas en demandas y apetitos por objetos-meta y en esperanza sobre que estímulos conducirán a los objetos-meta creados por la pulsión o necesidad presente.

Motivación desde la perspectiva del psicoanálisis.

En el libro *psicología de la motivación* de Koffer y appley (1996), en el capítulo 12, trata de que se ha descrito al psicoanálisis como la teoría fundamental de la psicología motivacional. Esta teoría inicia formalmente con la obra de Sigmund Freud (1856-1939).

Rapaport (1959) citado por Koffer y Appley (1996), indica que en el desarrollo profesional de Freud influyeron tres fuentes: primero, su temprana exposición a Brentano y su “psicología del acto”, ya que estas influyeron sobre las concepciones freudianas. En segundo lugar está la literatura y en tercer lugar lo que Rapaport llama “la tradición judía”

Freud (1983) citado por Koffer y Appley (1996), plantea que el verdadero propósito de un organismo individual es satisfacer las necesidades innatas, “estas necesidades provocan tensiones, en que las fuerzas que las respaldan (los instintos) representan las demandas somáticas hechas a la vida mental” (Freud, 1983); lo anterior es considerado la causa última de toda actividad.

Según Koffer y Appley en *psicología de la motivación* de (1996) asigna cuatro categorías a los instintos para distinguirlos: fuente, ímpetu, propósito y objeto. *Fuente* es la estimulación corporal interna, sea producida como resultado de un cambio químico, mecánico o de otro tipo, está representada en la vida mental por un instinto de los efectos de los estímulos externos. *Ímpetu* es el grado de fuerza o la demanda de la medida sobre la energía que representa, esta está en función de la intensidad de la necesidad que surgió. *El Propósito* su función es abolir las condiciones de estimulación somática que los produjeron y según Freud, esto es lo que se experimenta como satisfacción. Por último es la categoría de *Objeto* la cual es cualquier persona o cosa en el ambiente o en el propio cuerpo del individuo que sirva para satisfacer el propósito de un instinto.

Freud también habla de los propios instintos y se dice que los *instintos básicos* “se derivan de necesidades corporales. Como existen muchas áreas corporales capaces de producir estimulación, cada una de ellas es fuente potencial de energía instintiva, y por lo mismo, puede

distinguirse un gran número de variedad de instintos separados.” Y así se nombran los instintos de vida y los de muerte (1996, p.28).

Según Freud, existe una división tripartita que consta de: *id*, *ego* y *superego*, unidades estructurales de la mente o como lo llaman los modernos psicoanalistas un modelo estructural de la personalidad, con relación a estos tres términos se hace posible examinar la dinámica del comportamiento en función de la interacción entre sí.

El id: Está constituida por la parte oscura, intransitable e impenetrable de la personalidad, allí existe todo lo heredado, lo hereditario, genético, lo que está presente al nacer, en pocas palabras lo instintos.

El ego: Este va en busca del placer, de lo bueno, evitando encontrarse con lo negativo, lo desagradable, lo gobierna el principio de la realidad. El ego en si es controlador del aparato motor y cualquiera que sea el deseo se debe canalizar a través de él, este tiene un proceso a seguir a medida que va ejecutando su función: en primer lugar se percibe, en segundo se recuerda y por último lugar, actúa (en caso tal de fallar en este último paso, el ego debe contener la descarga de energía hasta que se logre arreglar lo cometido o sustituirse por algo conveniente o adecuado).

Superego: es un proceso, un consecuente; el *ego* se desarrolla del *id*, el *superego* forma parte del *ego* y siendo uno el creador del otro, cada uno funciona de una manera individual. Por su parte el *superego* es el encargado de identificar lo positivo de lo negativo, lo placentero de lo desagradable y de regalarse autoestima, vergüenza o culpa. Éste está complementado por dos subsistemas el ideal del ego (abstracción idealizada de los valores para los que se han obtenido recompensas) y la conciencia (representa tensiones sin resolver y partes de actividad

prohibidas). En conclusión el *superego* es caracterizado por el perfeccionismo en oposición al ego que es la realidad.

Método

Tipo de estudio y diseño

El tipo de investigación en que se enmarcó este estudio es de corte cuantitativo, de carácter descriptivos, dado que se recolectaron datos de medición estadística, acerca de la Motivación de los empleados de la compañía Distracom S.A para probar una hipótesis planteada.

Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2006) afirman “El enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadísticos para establecer patrones de comportamiento” (Sampieri, 2006, P. 10)

Teniendo en cuenta este tipo de investigación, el presente estudio busco recolectar información específica de la realidad de una empresa, todo esto mediante el uso de la medición y la cuantificación de datos.

Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2006) la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados de manera más amplia y otorga el control sobre los fenómenos y un punto de vista de los mismos, dando también la facilidad de comparación entre estudios similares.

Por medio del análisis cuantitativo se fragmentan los datos en partes para responder así al planteamiento del problema. Lo que se pretende con este tipo de investigación, es “generalizar los resultados encontrados en un grupo (muestra) a una colectividad mayor (universo o población) y también se busca que los estudios puedan aplicarse” (Sampieri, 2006, p. 6)

La meta principal de este tipo de investigación es la construcción y demostración de teorías es por ello que este tipo de investigación pretende explicar y predecir los fenómenos

investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. “Este enfoque utiliza la lógica y el razonamiento deductivo que comienza con la teoría y de esta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba” (Sampieri, 2006, p. 6).

Además es un estudio correlacional, en el sentido que el análisis partido de la comparación de la variables sexo con las variables motivaciones internas, motivaciones externas y la preferencia de uso de medios para la obtención de retribuciones por parte de los empleados de la empresa. Esto significó analizar si un aumento o disminución en una variable coincide con un aumento o disminución en la otra variable.

Población

La población en la cual se va aplicar el estudio, son los empleados de la compañía Distracom S.A, conformada por un grupo total de 20 empleados en la sede Medellín.

La empresa al ser una comercializadora, distribuidora y transportadora de combustible cuenta con empleados que ocupan distintos cargos en la compañía, que van desde el personal operativo hasta personal administrativo de edades entre los 24 años a los 55 años..

Técnicas de recolección

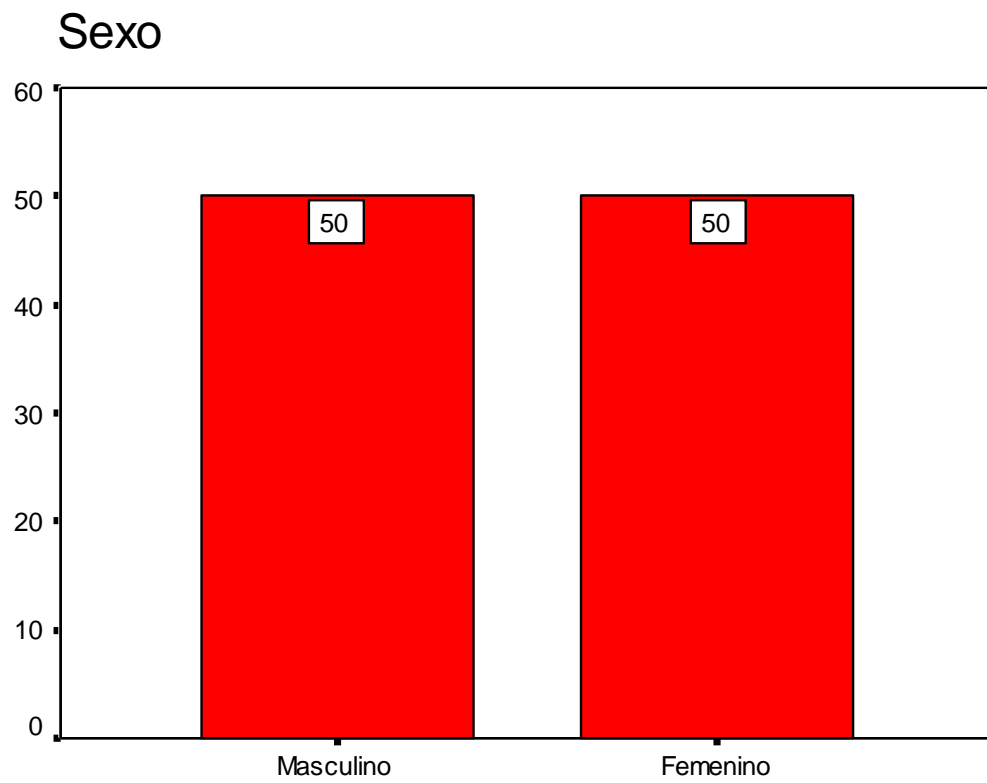
El instrumento que se empleó para recolectar la información fue el cuestionario de motivación para el trabajo (CMT), es un instrumento diseñado para identificar 15 factores de motivación.

Según Toro (1982), el tiempo para la aplicación de este cuestionario es de veinte a treinta y cinco minutos. El cuestionario consta de tres grupos el primero son las Condiciones Motivacionales Internas; logro, poder, afiliación, autorrealización y Reconocimiento.

La segunda parte son los medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo, los cuales son dedicación a la tarea, aceptación de la Autoridad, aceptación de normas y valores, requisición y Expectación.

La tercera son las condiciones motivacionales externas, representadas en cinco factores: supervisión, grupo de Trabajo, contenido del trabajo, salario y promoción.

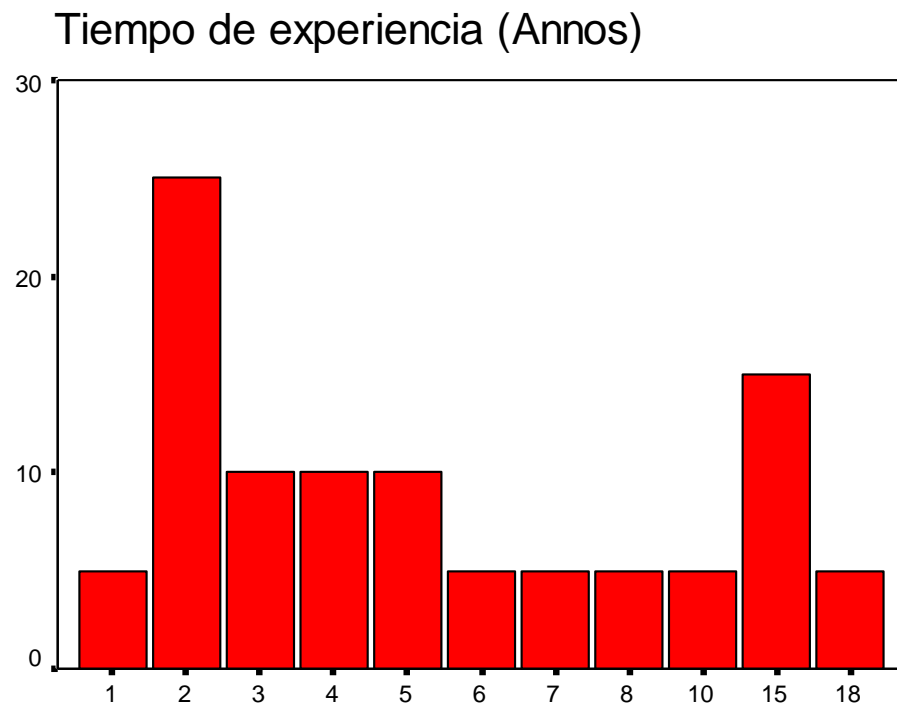
Resultados



Sexo

Grafico 1. Distribución porcentual del sexo de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

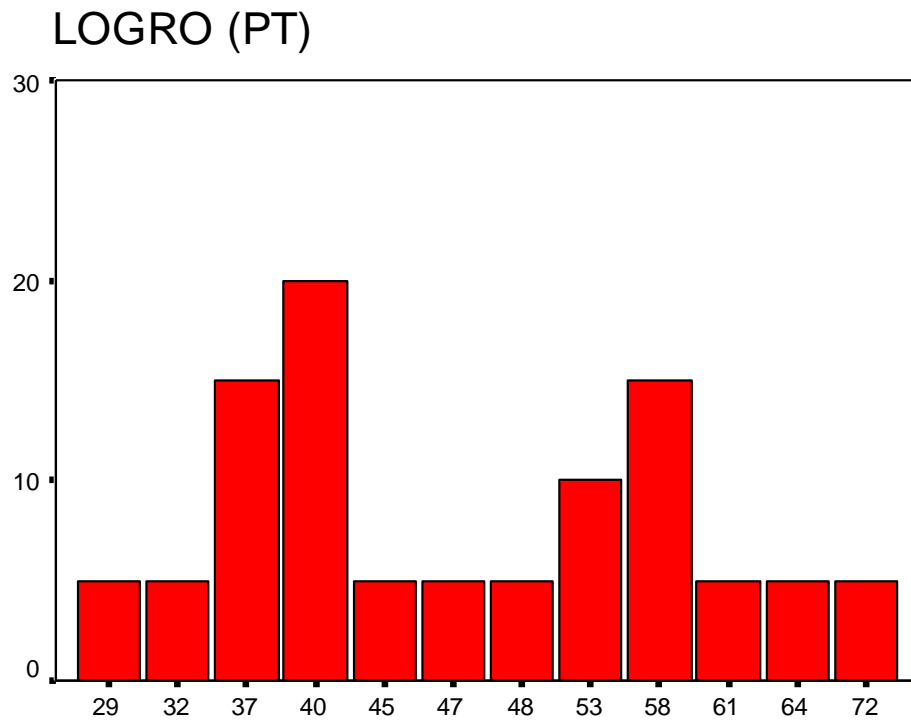
Fuente: elaboración propia.



Tiempo de experiencia (Años)

Grafico 2. Distribución porcentual de la experiencia de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: elaboración propia.



LOGRO (PT)

Grafico 3. Distribución porcentual del factor Logro de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: elaboración propia.

Mujer

Hombre

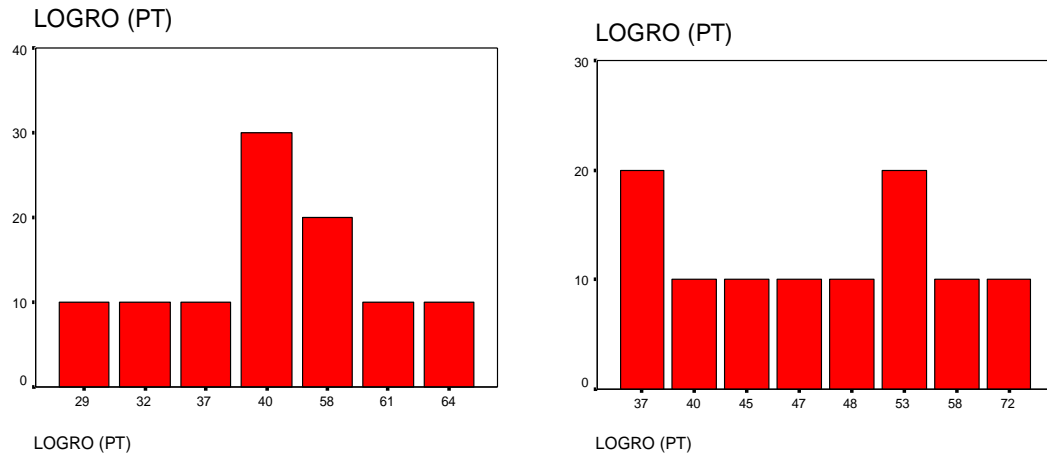


Grafico 4. Distribución porcentual del Factor Logro por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: elaboración propia.

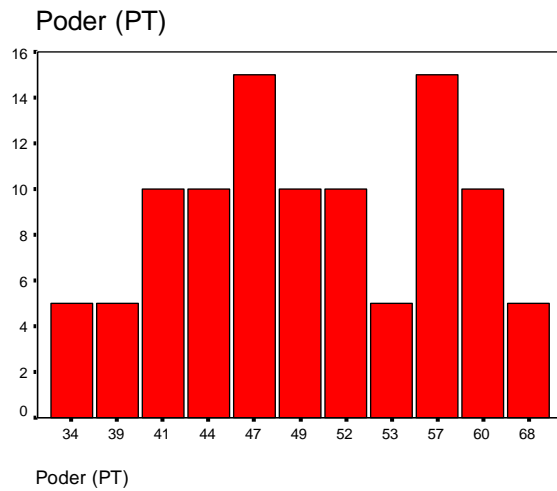


Grafico 5. Distribución porcentual del factor Poder de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: elaboración propia.

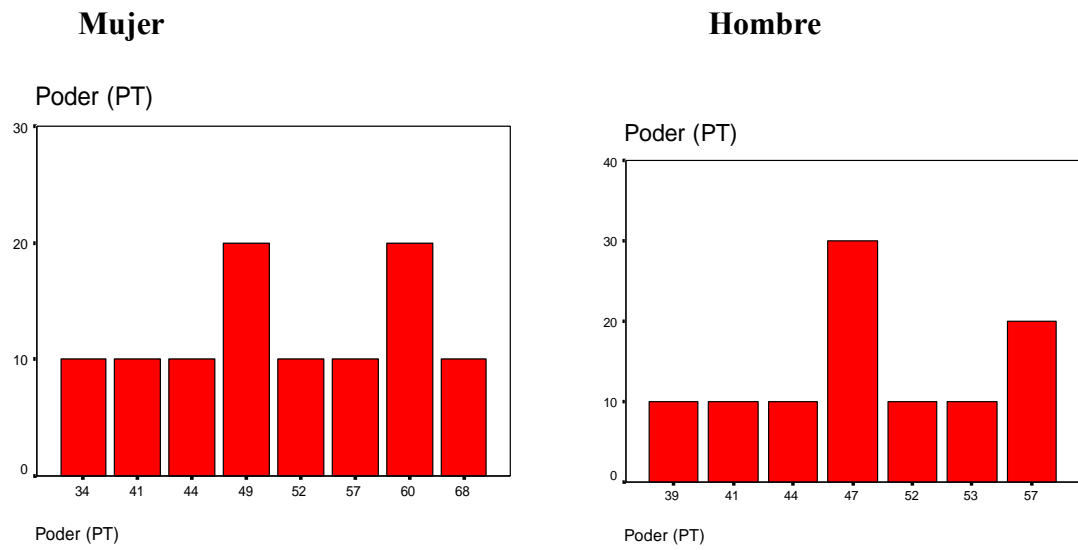
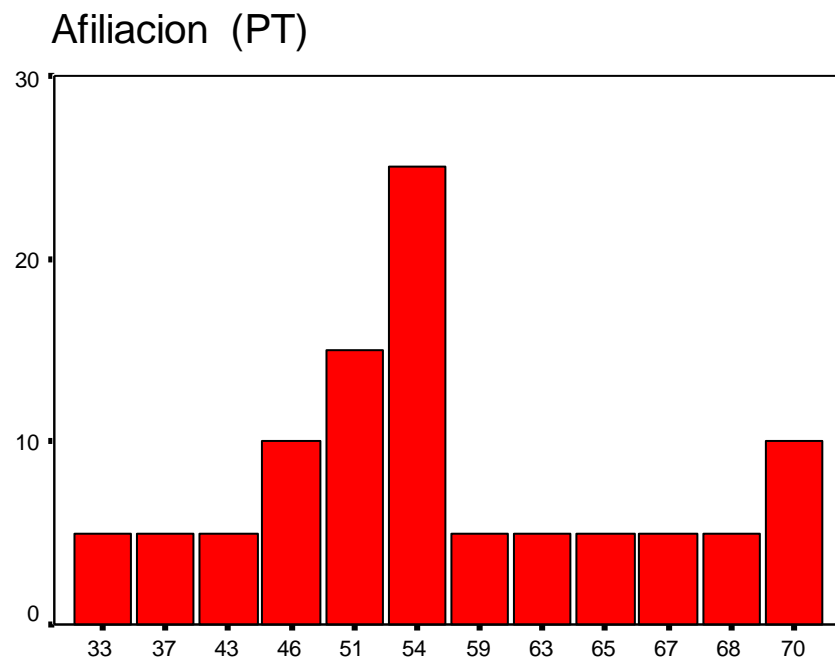


Grafico 6. Distribución porcentual del factor Poder por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: elaboración propia.

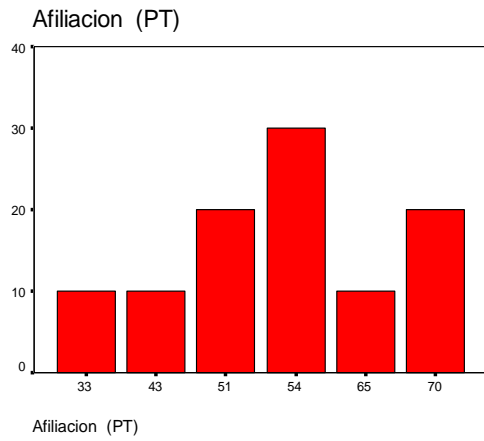


Afiliacion (PT)

Gráfico 7. Distribución porcentual del factor Afiliación de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujeres



Hombres

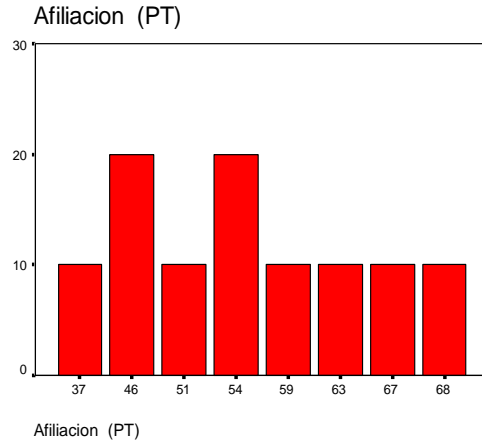
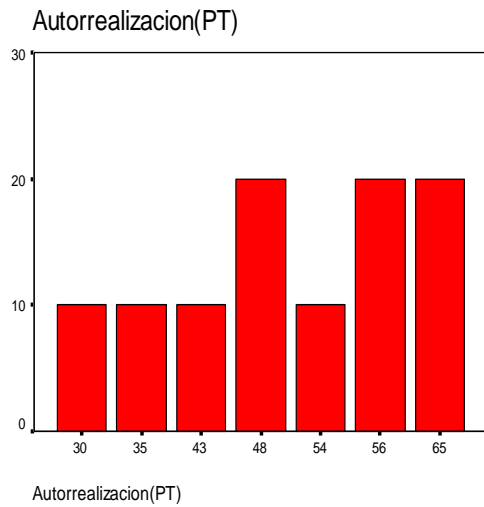


Grafico 8. Distribución porcentual del factor Afiliación por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujer



Hombre

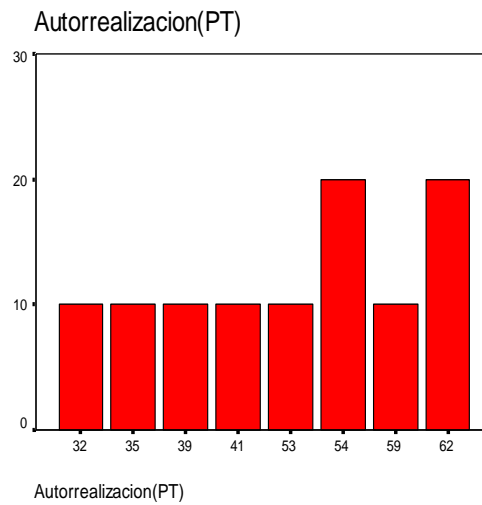
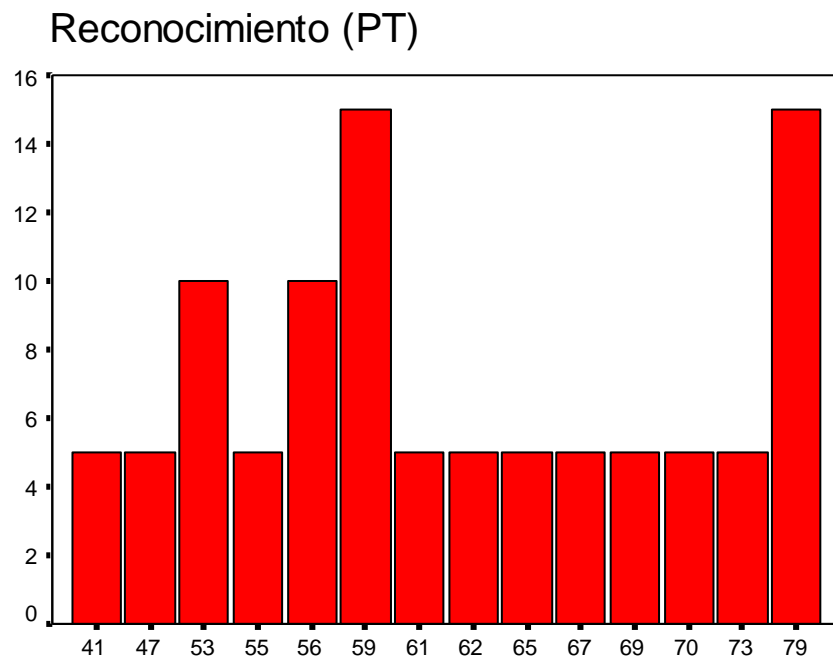


Grafico 9. Distribución porcentual del factor Autorrealización por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

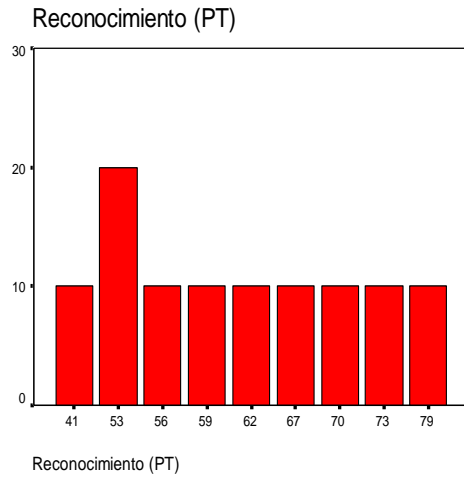


Reconocimiento (PT)

Grafico 10. Distribución porcentual del factor Reconocimiento de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujer



Hombre

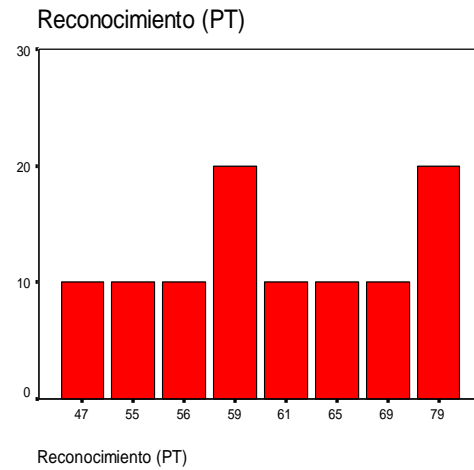


Grafico 11. Distribución porcentual del factor Reconocimiento por géneros de las personas encuestadas en la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Dedicacion a la tarea (PT)

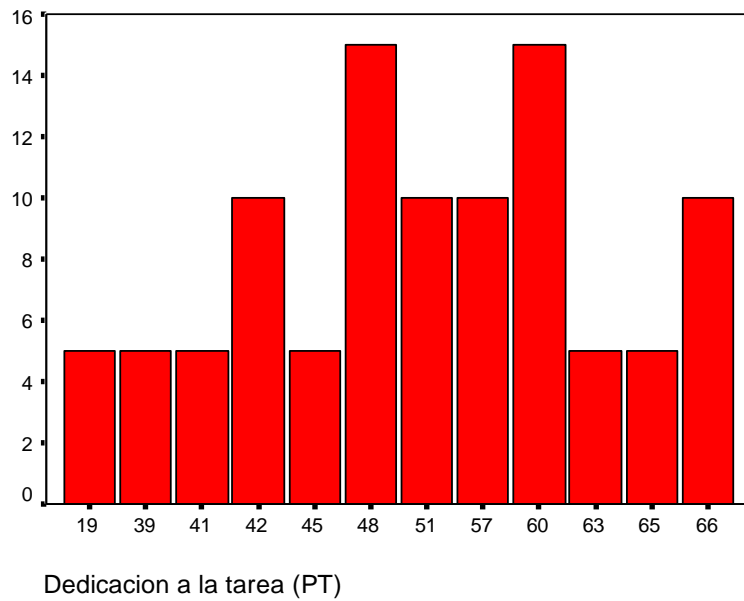
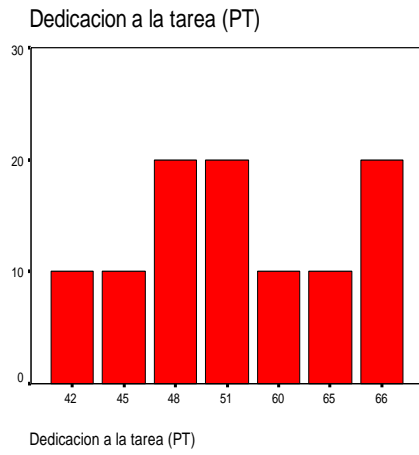


Grafico 12. Distribución porcentual del factor Dedicación a la Tarea de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujer



Hombre

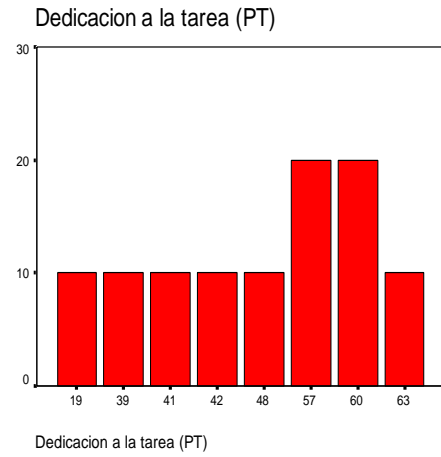


Grafico 13. Distribución porcentual del factor Dedicación a la Tarea por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Aceptacion de la Autoridad (PT)

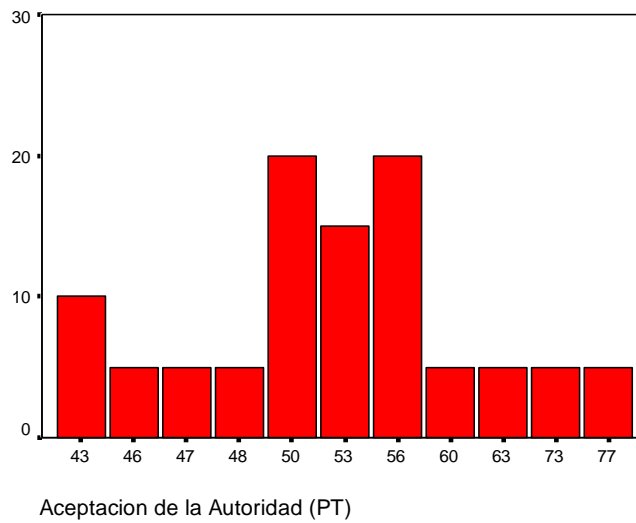


Grafico 14. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Autoridad de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

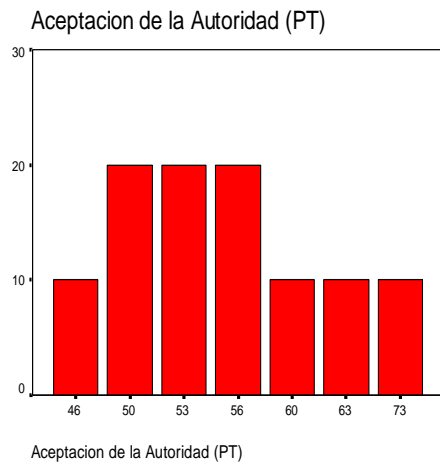
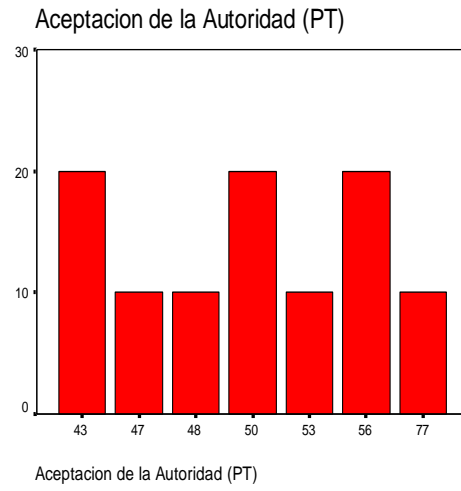
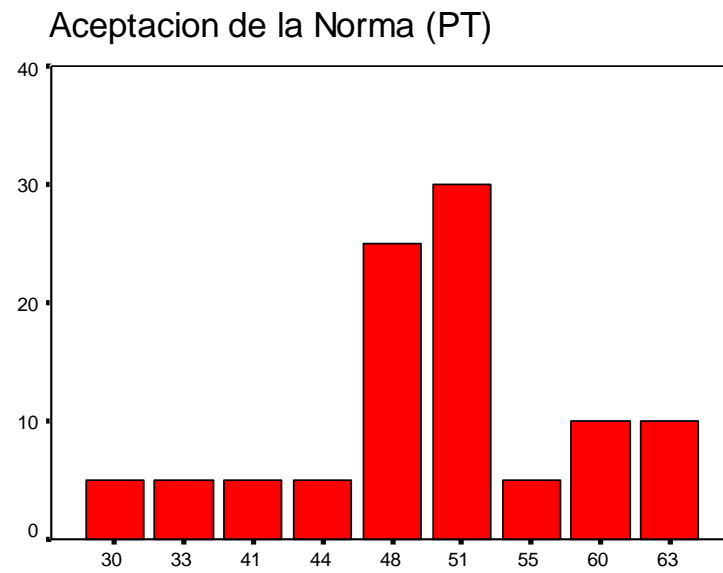
Mujer**Hombre**

Grafico 15. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Autoridad por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.



Aceptacion de la Norma (PT)

Grafico 16. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Norma de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

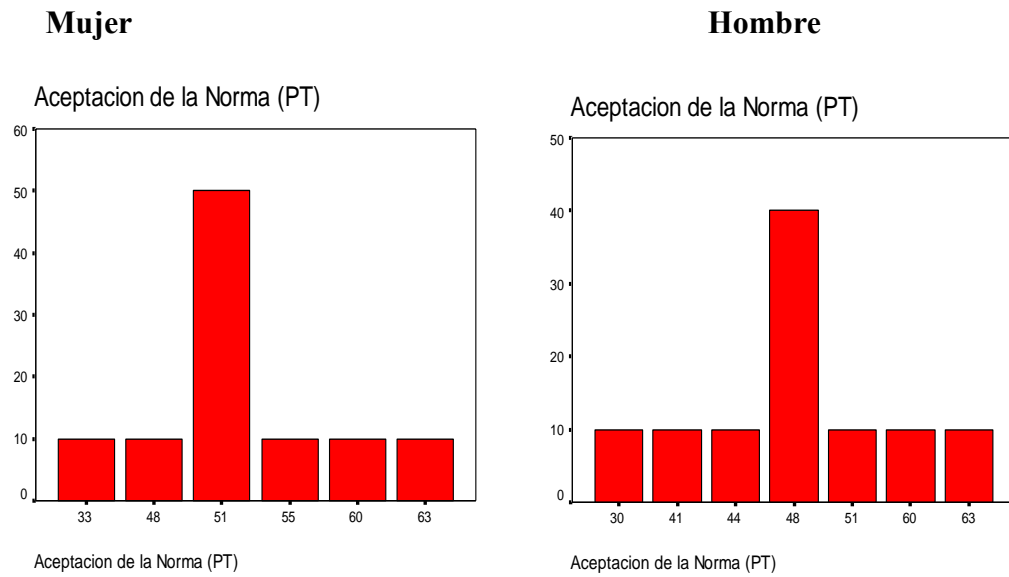
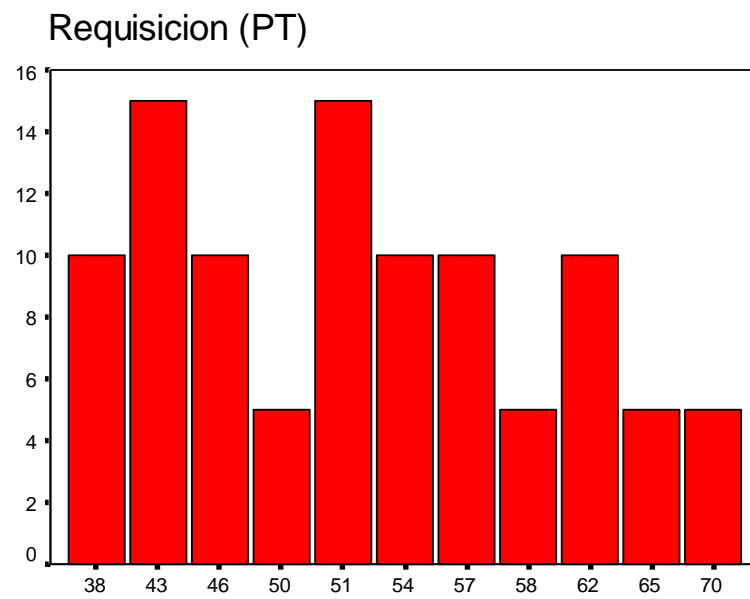


Grafico 17. Distribución porcentual del factor Aceptación de la Norma por géneros de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.



Requisicion (PT)

Grafico 18. Distribución porcentual del factor Requisición de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

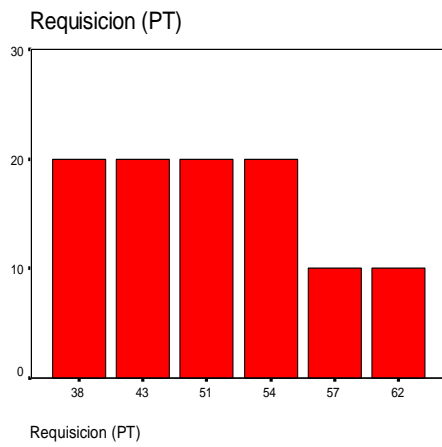
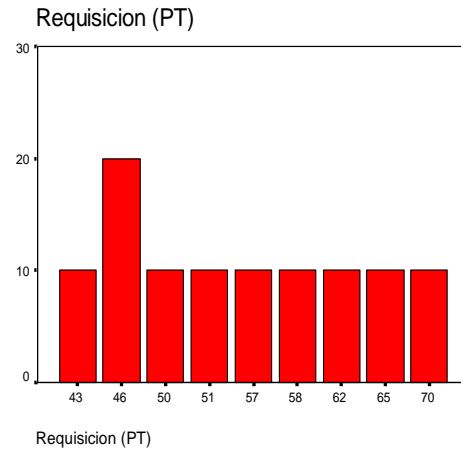
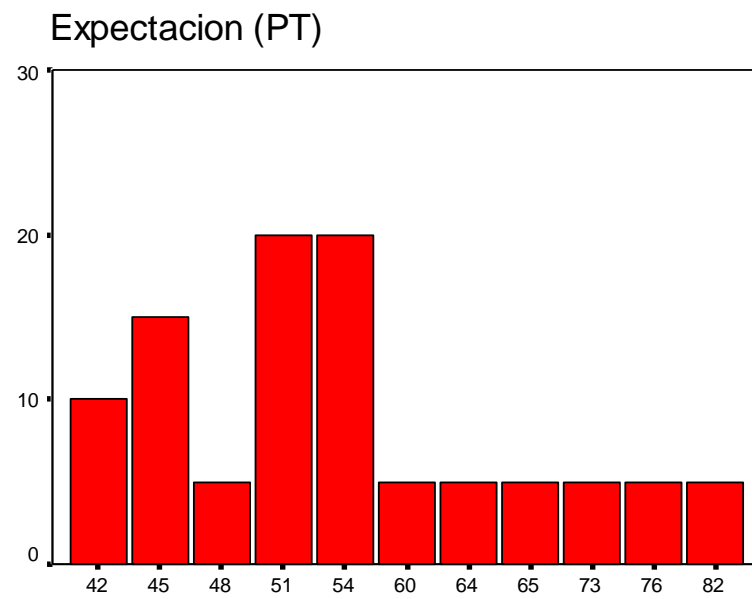
Mujer**Hombre**

Grafico 19. Distribución porcentual del factor Requisición por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.



Expectacion (PT)

Grafico 20. Distribución porcentual del factor Expectación de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

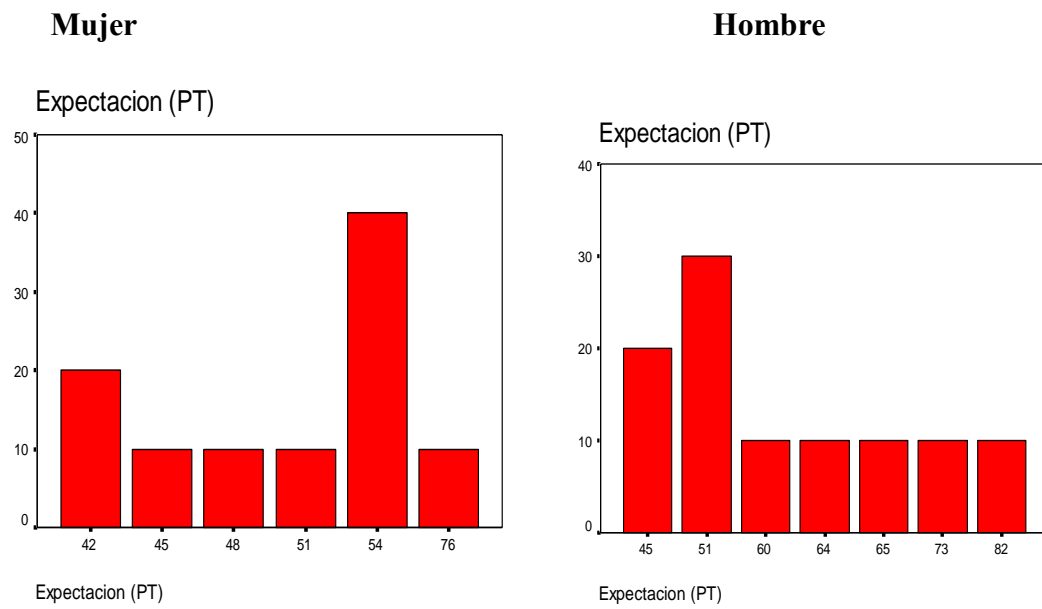
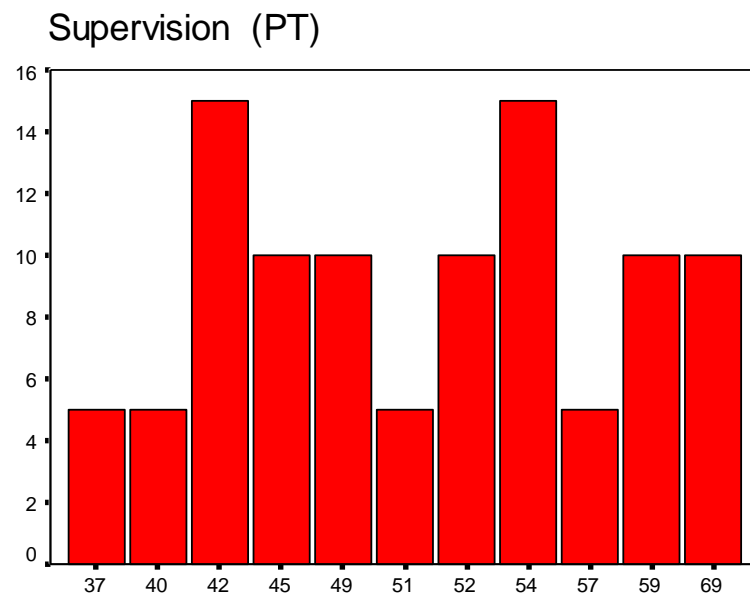


Grafico 21. Distribución porcentual del factor Expectación por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.



Supervision (PT)

Grafico 22. Distribución porcentual del factor Supervisión de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

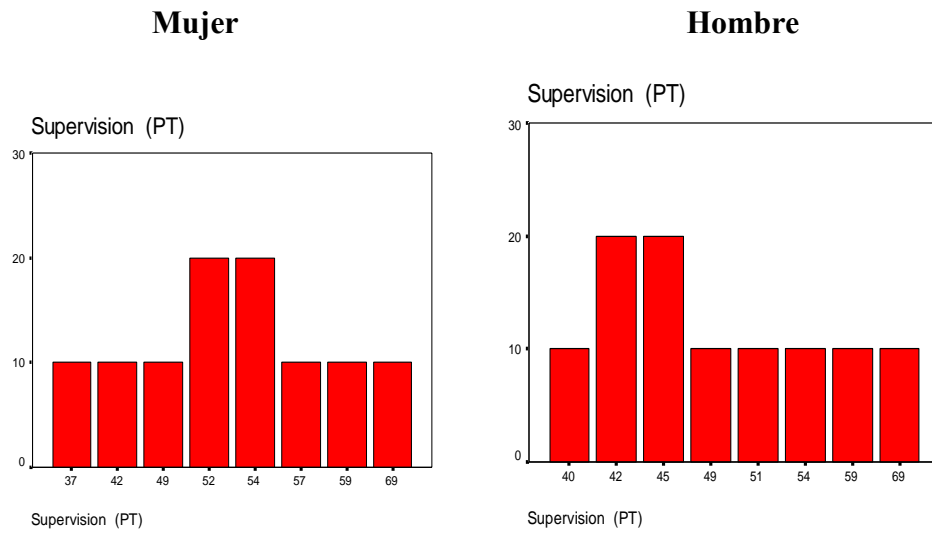


Grafico 23. Distribución porcentual del factor Supervisión por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

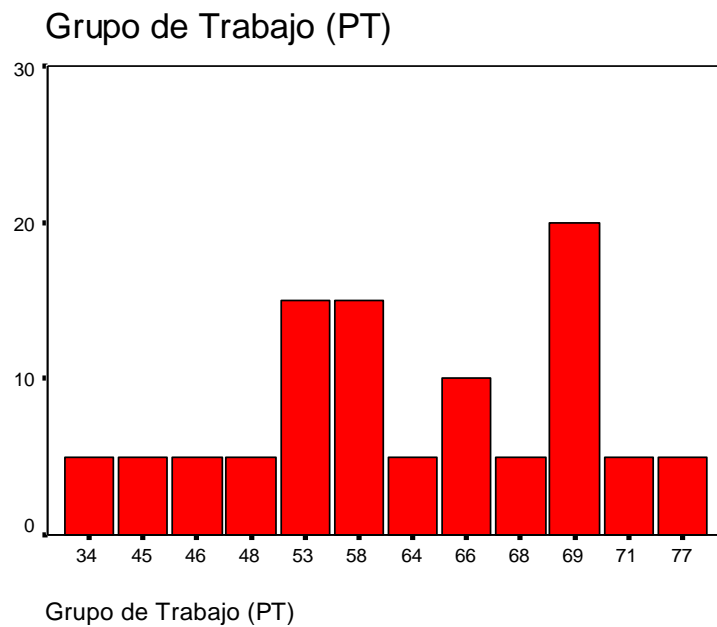


Grafico 24. Distribución porcentual del factor Grupo de Trabajo de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujer

Hombre

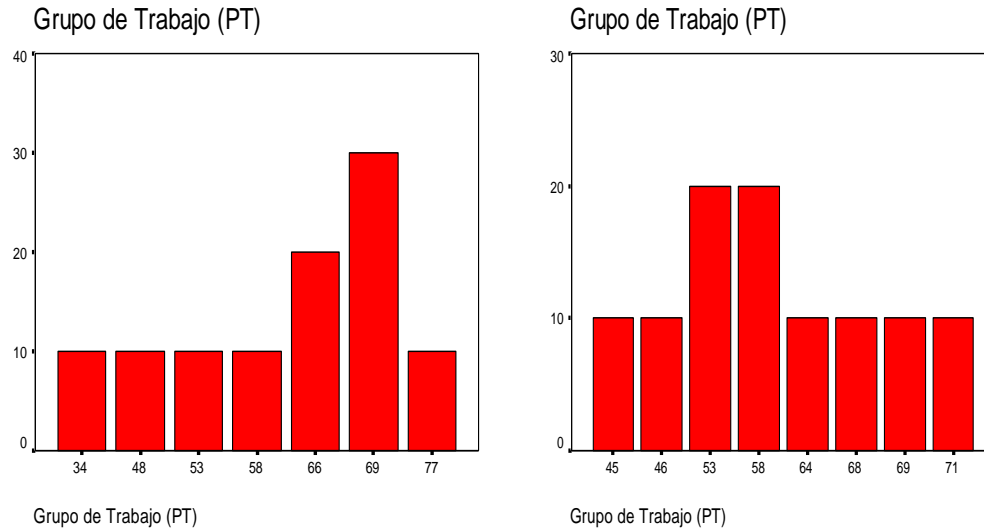


Grafico 25. Distribución porcentual del factor Grupo de Trabajo por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Contenido de Trabajo (PT)

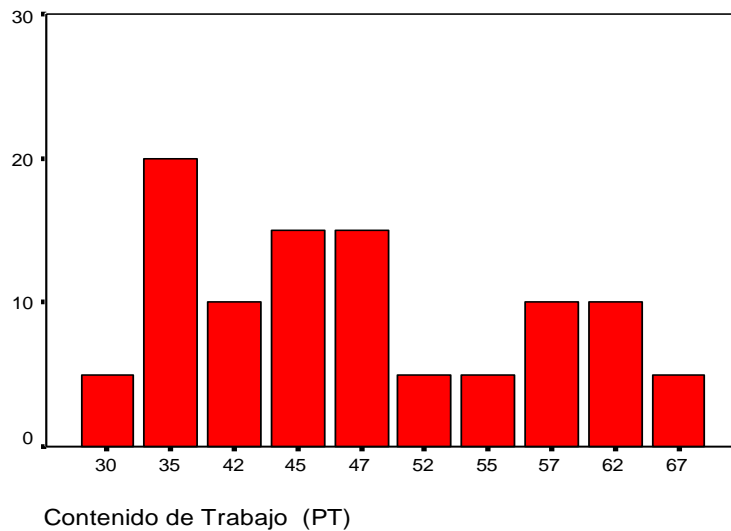
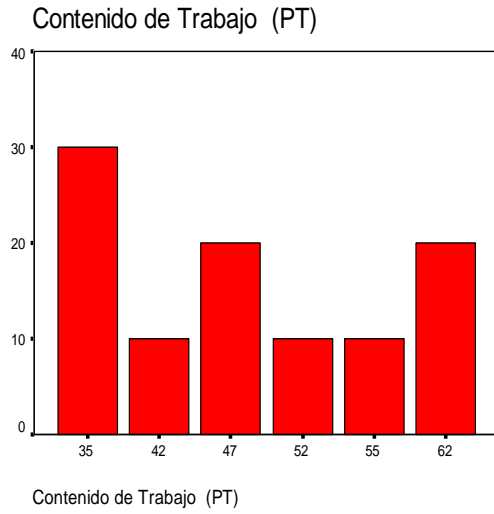


Grafico 26. Distribución porcentual del factor Contenido de Trabajo de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Mujer



Hombre

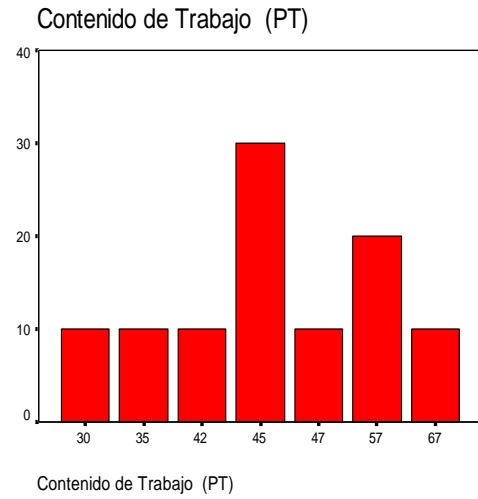


Grafico 27. Distribución porcentual del factor Contenido de Trabajo por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

Salario (PT)

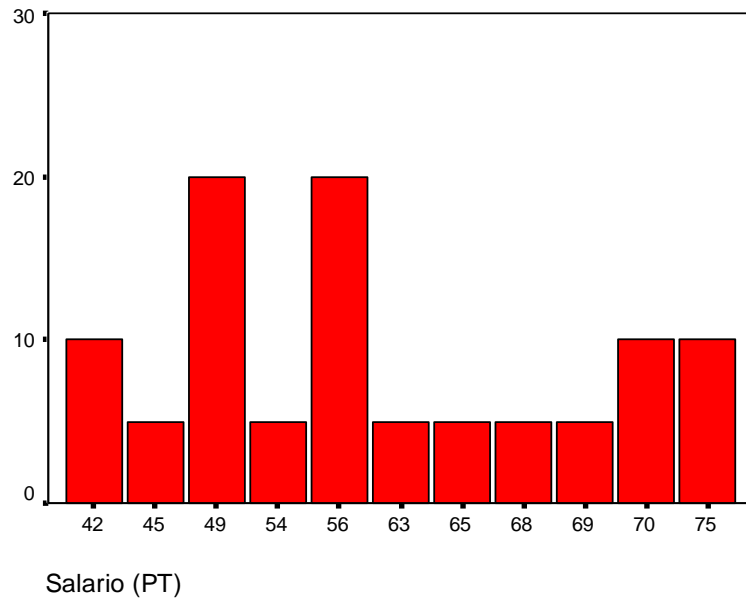


Grafico 28. Distribución porcentual del factor Salario de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración p

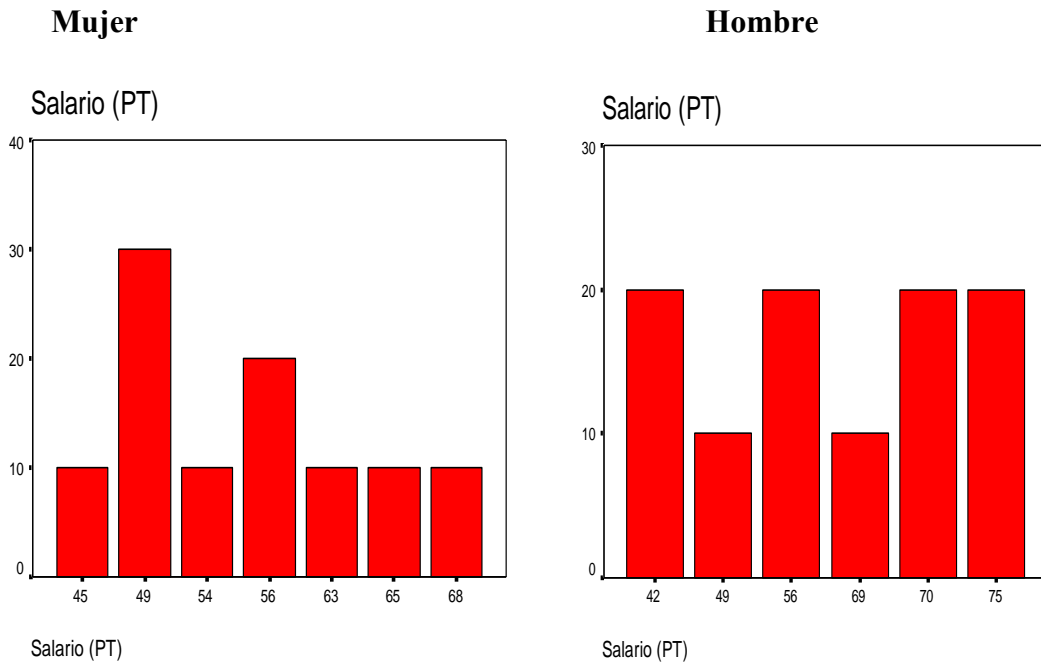
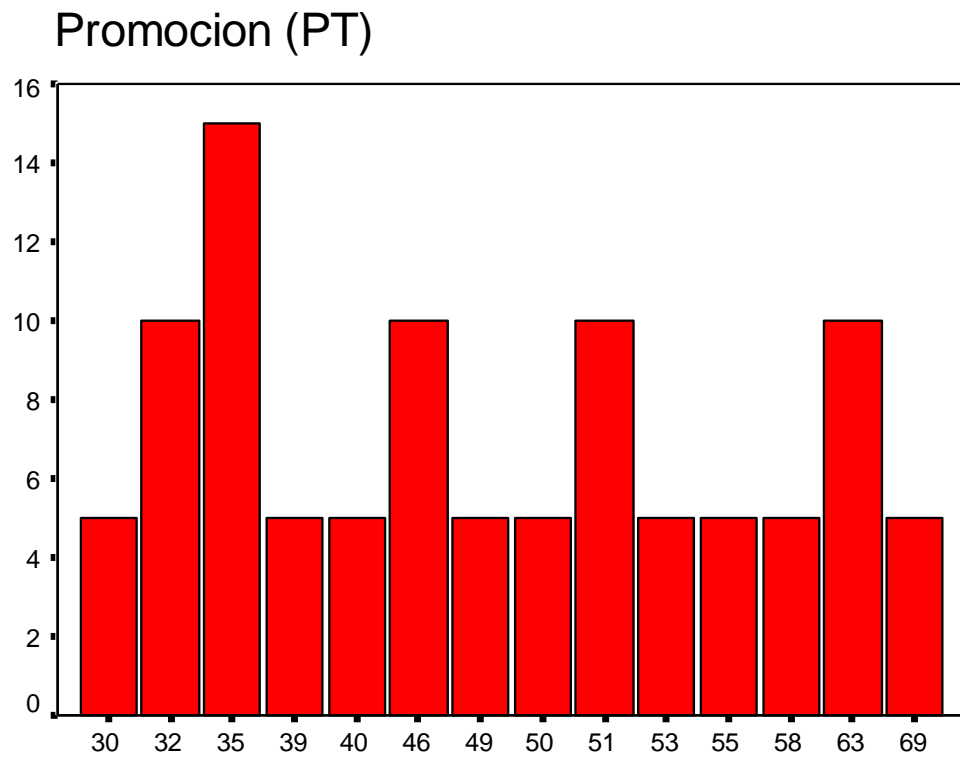


Grafico 29. Distribución porcentual del factor Salario por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.



Promocion (PT)

Grafico 30. Distribución porcentual del factor Promoción de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A.

Fuente: Elaboración propia.

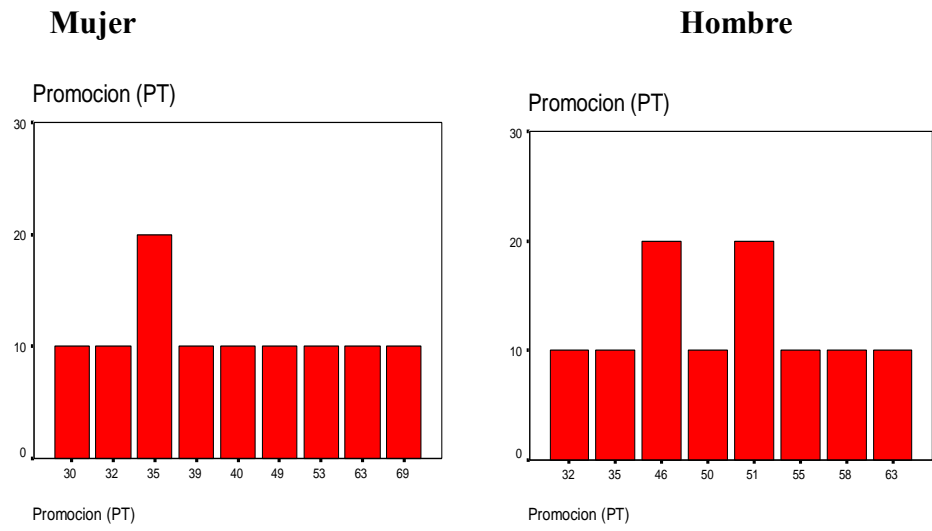


Grafico 31. Distribución porcentual del factor Promoción por género de las personas encuestadas en la empresa Distracom S.A

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de los resultados

A continuación se proporcionarán los resultados que arrojaron las pruebas realizadas en el personal de la compañía Distracom S.A.

Caracterización de la población de estudio

Sexo.

El 50% de los adultos encuestados son hombres y el 50% restante son mujeres.

Análisis de los factores motivacionales de los empleados

Condiciones motivacionales internas.

Logro: el 25% de las personas encuestadas puntuaron tener una puntuación baja, indicando, una débil manifestación frente a la acción del logro, adicionalmente presentan dificultad para la realización de tareas o actividades para el desarrollo satisfactorio de las funciones laborales. El 60% se encuentra valorado en la media; el 15% obtuvo una puntuación alta, demostrando que éstas personas tienden a ser más eficientes y rápidos para entregar resultados con calidad, además suelen resolver sus problemas de una forma más eficaz y diligente que los demás empleados de la compañía.

En cuanto a la diferenciación de géneros en la compañía, del total de mujeres encuestadas el 30% obtuvo puntuación baja en éste factor y del total de hombres indagados sólo el 20% logró esta calificación; de este mismo grupo, el 50% de las mujeres obtuvo un puntaje medio en esta categoría y el 70% de los hombres puntuó en este mismo nivel. Y por último el 20% del total de las mujeres encuestadas tiene puntuación alta, a diferencia de los hombres que solo el 10% determinó.

Poder: el 10% de los empleados indicó tener bajas puntuaciones, el 75% presenta puntuación media y el 15% restante puntúa en el nivel superior, es decir, manifestándose en acciones dominantes o de algún tipo de control en personas grupos o medios que le permitan adquirir el control. En ocasiones este 15% suele manipular a través de mandos, al porcentaje restante (85%) de la población.

En este factor las mujeres que participaron del estudio, del 100% solo el 10% obtuvo puntajes bajos en esta categoría; el 60% calificó media y el 30% registró un nivel alto en cuanto a éste factor; por otro lado, los hombres tienen una motivación similar por el poder en comparación con las mujeres respecto a la puntuación baja. Cabe resaltar que no se obtuvieron puntajes altos en este grupo y que el 90% restante se encuentra ubicado en un puntaje medio de esta categoría.

Afiliación: el 10% de la población demuestra tener poco interés por iniciar, construir, mantener o continuar relaciones interpersonales, el 60% de los empleos es observada en valores medios, su red y conexión con los demás no es prioritario para el desarrollo de sus funciones, mientras que para el 30% es evidente la afectividad y la capacidad de compartir con los demás compañeros, indicando el gusto por el afecto mutuo, aproximación a los demás al igual que la conservación de contactos y amistades.

Con relación a las mujeres y hombres de esta compañía, respecto a la afiliación se halló que del total de mujeres indagadas el 10% presentó un nivel bajo, el 30% alto y el 50% faltante registró medio; en cuanto al género masculino, los datos tienen un comportamiento en cada uno de los niveles de este factor, sin embargo mayor en el puntaje medio de la misma con un 60% del total de hombres.

Autorrealización: en la compañía Distracom S.A el 25% representa una puntuación baja en los empleados, el 55% indicó un nivel medio en cuanto a los deseos que tienen por la realización de sus objetivos y finalmente el 20% del personal encuestado señala obtener un mejoramiento en sus habilidades, capacidades y conocimientos dentro de su profesión.

Al analizar esta variable respecto al sexo, el 20% de las mujeres representa un nivel bajo, el 60% puntuación media en esta categoría y tan solo el 20% registra un nivel superior; mientras que los hombres son valorados con un 70% en puntuaciones superiores a la media.

Reconocimiento: en el periodo de 2013 – 2014 no se hallaron puntuaciones bajas en esta variable, la población se encuentra dividida por mitades iguales (50%) en niveles medios y altos, manifestándose a través de acciones donde se obtiene la atención y admiración de los demás miembros de la compañía, por lo que hacen o desarrollan satisfactoriamente, dicho en otras palabras, reconocimiento a los méritos propios.

En este factor las mujeres representaron con un 100% puntajes superiores a la mediana, de igual manera ocurre en los hombres, con un 10% más en puntaje alto.

Medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo.

Dedicación a la tarea: de un total de un 100%, el 10% presenta baja calificación por los beneficios que se puedan obtener a través del trabajo, el 55% se valora en un nivel medio y el 35% faltante, posee gran dedicación, tiempo, e iniciativa para ejecutar sus actividades cotidianas, trayendo consigo excelentes resultados y diversos tipos de beneficios laborales.

De los 10 hombres evaluados el 20% obtuvo puntuación baja, el 50% se encuentra en un nivel medio y el 30% restante registra niveles superiores; en las mujeres ésta calificación está representada por un 40% y un 60% restante en puntajes medios.

Aceptación de la Autoridad: en la gráfica anterior se observa claramente como el 80% de la población califica medianamente para obtener retribuciones deseadas en el trabajo, el restante 20% puntúa alto, presentando acato, afirmación y admisión por personas que tienen un puesto superior o por decisiones tomadas por ellas, adicionalmente aceptan de manera sumisa cambios, ya sean puestos de trabajo o roles dentro de la compañía.

El género masculino solo el 10% posee una aceptación a la autoridad alta y el 90% restante de este grupo puntúa en calificación media; en las mujeres se comporta de manera diferente, con un 20% más en puntuaciones altas y un 70% de las mujeres encuestadas reportaron puntajes medios.

Aceptación de Normas y Valores: en general esta variable puntúa muy alto en los empleados de la compañía, en el siguiente orden (10%, 35% y 55%) se valora respectivamente la importancia de las normas, políticas, creencias o valores, impuestas por la organización para el buen funcionamiento y estabilidad de los encuestados dentro de la compañía, evitando daños para el empleado y empleador.

Con relación a las normas y valores, las mujeres representan el 20% en niveles bajos, el 60% en puntuación media y finalmente el 20% superior; en cuanto a los hombres, poseen proporciones similares a las anteriormente mencionadas (20%, 60% y 20%) respectivamente.

Requisición: el 10% de los encuestados califican en un nivel bajo, el 70% de la población encuestada se encuentra en un nivel medio y finalmente el 20% obtiene retribuciones a través de actos que ameriten persuasión o confrontación. También pueden darse por medios de solicitudes directas o indirectas al personal.

Las 10 mujeres encuestadas reportaron el 20% en puntuaciones bajas, un 70% en niveles medios frente a este factor y el 10% restante alto; por el contrario, el género masculino no pre-

senta niveles bajos, en los hombres lidera una proporción media con 70% y el 30% sobrante tiene gran grado de motivación en relación a la requisición.

Expectación: actualmente en la empresa desde el punto positivo no se encuentran niveles bajos, la población está dividida en un nivel medio (70%) y un nivel alto (30%), la cual muestra que solo un porcentaje de la empresa presenta perspectiva, seguridad e inacción por propósitos de la compañía o determinaciones por parte de superiores. Las retribuciones son más frecuentes cuando son hechas por la empresa que por mérito propio.

Las mujeres en relación a la expectativa poseen un 90% en un nivel medio y el 10% faltante se encuentra altamente calificado, siendo este un porcentaje bajo en mujeres frente a la expectativa; mientras que los hombres registran un 50% en niveles medios y la mitad faltante, es decir, 5 hombres de 10 evaluados, presentan niveles altos hacia las características de la expectativa.

Condiciones motivacionales externas.

Supervisión: el porcentaje predominante de esta variable puntúa en un nivel alto con 55%, esto quiere decir que allí los sujetos poseen un alto grado de interés por acciones de respeto, admiración y retroinformación de sus subalternos o jefes hacia él; el 40% se encuentra en un nivel medio y sólo el 10% le es indiferente el tema de supervisión en la empresa.

Del total de personas evaluadas, las mujeres representan el 30% en puntuaciones bajas, el 60% equivale en la encuesta a la media y solo el 10% registra un porcentaje alto; los hombres, por su lado, se distinguen por representar un alto porcentaje (60%) en un nivel bajo, el 30% en cierta manera no se encuentran muy interesados por la supervisión y solo el 10% de los hombres de esta población se encuentran motivados por este factor.

Grupo de trabajo: las condiciones sociales de trabajo registran un 20% de la población en un nivel bajo, el 30% se encuentra en la media y el 50% restante presenta un porcentaje alto en esta variable, es decir, en el compartir, participar en acciones colectivas, cultivarse de los demás miembros de la comunidad, cumplir objetivos y metas unidos y ser partícipe de actividades grupales.

Las variables en las mujeres en el grupo de trabajo, son representadas por un 20%, 20% y 60% en niveles bajos, medios y altos respectivamente; diferenciándose de los hombres por poseer porcentajes de 60% y 40 en niveles medios y altos respectivamente.

Contenido del Trabajo: esta variable está liderada por una muy baja puntuación, obteniendo una proporción del 65% de la población encuestada, arrojando como resultado, empleados poco autónomos, variedades o métodos en las actividades que se ejecutan cotidianamente para alcanzar la meta, continuamente un 20% se encuentra en un nivel medio y sólo a un 15% le interesa ejecutar la tarea con metodologías distintas, de igual manera decisivo y dinámico.

En este mismo factor, el 30% se encuentra en un nivel bajo, el 50% con puntuaciones medias y el 20% puntúa alto en las mujeres; en los hombres sucede de la siguiente manera: 20% en niveles bajos, 50% niveles medios y el 30% final representa un porcentaje de esta población alto.

Salario: en el ámbito económico no se halla ningún personal que se encuentre poco interesado o que le sea insignificante el dinero, en la empresa Distracom S.A. un 60% del personal que allí trabaja se encuentra en un nivel medio por ser retribuido económicamente y el 40% de un total del 100% presenta retribuciones salariales altas, asociadas a un puesto de trabajo o desarrollo de sus funciones. Las remuneraciones pueden ser obtenidas por diferentes motivos; reconocimiento por su esfuerzo y buen desarrollo de la tarea, valoraciones, cumplimiento de metas,

entre otras, independientemente a esto, la buena remuneración permite o no la estabilidad laboral en un 40%, ya que según esto los empleados suplen su necesidades y llevan un ritmo de vida de acuerdo al pago obtenido por la empresa.

El salario se encuentra representado por mujeres en 70% en puntuación media y el 30% restante posee alta motivación hacia el salario; los hombres tienen una proporción mayor en cuanto a la motivación alta en relación al salario con un 50% y el 50% restante se encuentra en niveles medios.

Promoción: el 35% del personal encuestado, se encuentra en un nivel bajo, el siguiente 50% de los empleados presentan medianamente interés por crecer profesional y personalmente y el 15% restante, está altamente motivado por ubicarse jerárquicamente en la cima, a través de proyecciones que posteriormente se convierten en acciones, ya sean personales o profesionales que causen prestigio y reconocimiento, los cuales le puedan generar ascensos o cargos superior en la compañía, así mismo, niveles más avanzados académicamente.

La promoción como factor motivacional para la compañía, señala en las mujeres un 50% bajo, un 30% medio y el 20% restante se encuentra altamente interesado en poseer prestigio y reconocimiento dentro de la compañía; en los hombres el 20% tiene puntajes inferiores indicando poca motivación de su promoción ante los demás, el 70% registra esta motivación en niveles medios y el 10% faltante muestra alto interés en este factor.

Discusión de resultados

Con esta investigación se pretendió la realización de un estudio cuantitativo para medir los factores motivacionales de los empleados de la empresa Distracom S.A, indagando sobre sus diferencias más representativas entre hombres y mujeres. La muestra de la población se distribuyó según sexo, el 50% de los adultos encuestados hombres y el 50% restante mujeres.

De los resultados obtenidos es importante resaltar el interés encontrar en el *logro* que la puntuación media es la más representativa, demostrando que éstas personas tienden a ser más eficientes y rápidos para entregar resultados, sin embargo es un factor el cual los hombres se encuentran por encima de las mujeres, brindando como resultado que estos obtienen el éxito más fácil en cuanto a la resolución de problemas o inconveniente al interior de la organización.

En el *Poder* se encontrado que el deseo de ejercer dominio es solo de una minoría sobre la mayoría de los empleados, siendo este factor registrado en un nivel en el cual tanto hombres como mujeres se encuentran en el mismo rango respecto a su puntuación, lo que permite deducir que su grupo de trabajo tiene un alto interés de tener el control no solo de sus actividades si no de su mismo equipo.

Afiliación fue una variable de interés debido a que este factor arroja que un poco más de la mitad de la población están en constante búsqueda de afinidad y conexión con las demás personas, sin embargo no se toma como prioridad para llevar a cabo el desarrollo de sus tareas, en cuanto a mujeres se observa que buscan la aceptación, pero son los hombres los que puntuaron más alto en la escala de nivel medio en relación con las mujeres, siendo los hombres los que mayor aprobación buscan.

Autorealización se encontrado que una baja puntuación en esta variable, lo que puede

afectar el desempeño de la organización debido que el deseo por realizar sus objetivos permiten mejorar sus habilidades y por ende buenos resultados para la organización, es por ello que es de gran importancia pasar los niveles bajos progresivamente a medios y posterior en altos, sin embargo la mitad de la población se encuentra en un nivel medio, este factor registra un nivel superior muy bajo pero este mismo nivel es más representativo en mujeres que en hombres. Lo que nos permite definir que los hombres trabajando un poco más sus habilidades y potencian sus conocimientos personales para la mejora de sus capacidades.

Reconocimiento puede tener relevante significancia para la empresa debido a que este factor arroja como resultado la división de la población por mitades en niveles medios y altos lo cual nos permite deducir que las acciones donde se obtiene atención y admiración son causas de motivación para los empleados. No obstante al ser un factor en el cual tanto hombres como mujeres puntúan superiores a la mediana, los hombres obtiene el valor más alto, siendo estos los que mayor atención y admiración desean obtener.

En cuanto a los medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo la **dedicación a la tarea** permite observar que la realización de funciones laborales trae consigo éxito, y que al ser un factor que nos da como resultado el nivel más relevante en ambas poblaciones, es una variable en la cual las mujeres obtuvieron la calificación más alta en el nivel medio quedando por encima de los hombres, entregando como resultado que las mujeres se enfocan más en la búsqueda de excelentes resultados.

Aceptación de la autoridad es un factor motivacional muy primordial para la empresa debido a que esta permite el logro de objetivos y cumplimiento de políticas organizacionales al encontrar un peso bajo de la variable y este factor da como resultado un personal autoritario

que no tiene un buen manejo de relaciones interpersonales con los otros, el producto que dio como resultado este factor es muy bueno debido a que no se obtuvieron puntuaciones bajas, todas se encontraron entre un rango medio y alto, nos permite precisar que los empleados aceptan el cambio y las decisiones tomadas por los superiores. Las mujeres puntúan más bajo en nivel medio y los hombres un nivel superior, sin embargo las mujeres poseen puntuaciones más elevadas en nivel alto en cuanto a aceptación de la autoridad que los hombres, lo que nos da como consecuencia que las mujeres acatan y aceptan más las decisiones de sus jefes. Es por ello que se relaciona mucho con la *aceptación de normas y valores* siendo también una variable muy alta, la unión de ambas permiten el buen funcionamiento de la organización y permite conocer la relación que tienen los empleados en cuanto a las normas y valores, pero posterior a este es allí donde desciende con relación a las normas y valores ya que baja un poco, no obstante, se sigue observando la importancia de los empleados de respetar normas, objetivos y políticas de la organización.

La requisición y expectación son unos de los factores más altos está en el nivel medio, lo que permite obtener como consecuencia que los empleados se encuentran en constante búsqueda de retribuciones, las cuales expresan con su rendimiento y méritos que permitan obtener una buena remuneración. Tanto hombres como mujeres se encuentran en el mismo rango obteniendo como consecuencia que los empleados se encuentran en su gran mayoría confiados en cuanto a los designios de la empresa, aceptando las decisiones de la misma con el fin de que esta reconozca y apruebe paulatinamente sus actividades. Cabe resaltar que en cuanto a expectación la mitad de los hombres presenta niveles altos en este factor.

En las condiciones motivacionales externas la *supervisión* posee niveles muy altos debido a que más de la mitad de los sujetos poseen un alto grado de interés por acciones de

respeto de sus superiores, y el nivel restante es medio, en cuanto a la diferenciación de sexos nos entrega como resultado que para las mujeres es poco relevante la supervisión, sin embargo para los hombres representa un valor muy alto, en efecto es uno de los factores más importantes para los hombres.

El *grupo de trabajo* es de gran relevancia para la mitad de los empleados, debido a que consideran importante participar en acciones colectivas, poseer buenas relaciones interpersonales al interior de la organización ya que esto permite un clima laboral adecuado para el desempeño de las actividades diarias. Tanto hombres como mujeres poseen igual motivación por este factor sin embargo para las mujeres registra un valor bajo y para los hombre no lo hay.

En cuanto al *contenido del trabajo*, nos llama la atención debido a que esta variable está liderada por una muy baja puntuación, lo que nos da a conocer empleados poco autónomos, y se puede ver claramente que no es relevante para los empleados el resultado o beneficio que se deriva de su trabajo, y solo a una mínima parte le interesa su metodología de trabajo. Aunque es más bajo en los hombres que en las mujeres.

Salario, la retribución económica es de gran importancia para los empleados debidos a que no se halla ningún personal que se encuentre poco interesado por el dinero, en la empresa Distracom S.A. Mas de la mitad de los empleados de allí se encuentran mayormente motivados por las compensaciones recibidas por parte de la organización. El salario no es de gran trascendencia para las mujeres, se encuentra en un nivel más alto para los hombres siendo este crecidamente importante para ellos.

La *promoción* es uno de los factores en los cuales los empleados presente un bajo interés por crecer profesionalmente, y es de muy poca relevancia para los mismos no se preocupan

demasiado por conseguir un ascenso. Este factor se encuentra en aumento en los hombres, sin embargo la promoción es el factor más bajo en las mujeres, solo un porcentaje de 20% tanto en hombres como mujeres se encuentran interesadas en el prestigio al igual que los hombres.

Conclusiones

Las tendencias investigativas, que por medio de la presente indagación se pudo determinar en torno a la temática de la motivación laboral, señala principalmente que se encuentran diferencias significativas entre los empleados de la empresa Distracom S.A y que hay variables que resaltan más que otras.

La investigación señala en primer momento que los factores motivacionales en su mayoría difiere entre hombres y mujeres, realmente es poco común que coincidan los puntajes, aunque algunos factores difieren por puntuaciones no muy altas.

Se puede observar también mediante la realización de esta investigación que los puntajes mayores se ubicaba en la media, manifestando esto que la compañía Distracom S.A debe trabajar en pro de lograr que los factores que puntúan en un nivel medio casi inferior en sus empleados ascienda a niveles superiores, logrando mediante lo anterior optimizar la labor que realizan sus empleados y de igual manera, logrando una alta motivación y sentimiento de agrado por el lugar al cual le prestan sus servicios.

Se puede deducir entonces que mediante esta investigación se pudo encontrar que el factor Motivacional más representativo para los empleados de la compañía Distracom S.A se encuentra con un puntaje similar entre el factor Aceptación de Normas y Valores y el factor de Supervisión. De esta manera es relevante que se implementen estrategias que permitan reforzar estos dos factores, con los cuales se logrará un adecuado funcionamiento de las labores que desempeñan los empleados de la compañía Distracom S.A.

De la misma manera, la investigación arroja que el factor motivacional más importante

para las mujeres de la compañía es el factor Dedicación a la Tarea, lo que prueba que es de gran importancia utilizar los resultados que obtienen los empleados de la empresa para evaluarlos y retribuirles el trabajo realizado mediante el cubrimiento de las necesidades que tenga el personal.

Por otro lado, el factor motivacional que predomina en los hombres es el factor Reconocimiento, lo que podría indicar que en este grupo se debe implementar acciones donde se les preste atención y admiración a los empleados por los logros obtenidos en las tareas designadas, ya que de esta manera ellos se van a sentir motivados para seguir obteniendo esos buenos resultados.

La investigación arroja resultados que hacen referencia a cuál de los factores relacionado con la motivación interna de los empleados es el predominante, lo que permite observar que el factor Reconocimiento es el que más se debe resaltar en los hombres, y en las mujeres el factor Afiliación es el que es más significativo y el cual se debe tener en cuenta a la hora de trabajar con esa persona, ya que si encuentra una ambiente de trabajo hostil donde no encuentre la manera de crear relaciones afectivas con sus compañeros puede bajar sus niveles de motivación y hacer que el sujeto desista de su labor o realice la labores de manera inadecuada.

Cuando se relacionan los resultados de los medios preferidos para lograr las retribuciones deseadas por los empleados, la investigación muestra que el factor Requisición es el más importante para los hombres, lo que indica que los hombres de la compañía. Van a buscar demostrar que realizan bien sus labores y que tiene las capacidades necesarias, confiando que sus superiores verán en él, el potencial optimo que le permita obtener lo que desea para satisfacer sus necesidades.

Los resultados obtenidos que permiten observar cual es el factor que prima en la

motivación externa del personal, se encuentra que el factor Salario es el más significativo para los hombres, lo que implica estar atento a la expectativa salarial que tenga el empleado con el fin de ofrecerle un salario que cubra con las necesidades del empleado. Por otra parte, para las mujeres el factor motivacional externo que prima es el Grupo de Trabajo, lo que evidencia que las mujeres buscan el apoyo de su equipo de trabajo para lograr de manera adecuada las labores que le asignan sus superiores.

Los factores menos significativos para los empleados de la empresa Distracom S.A es el factor Logro, lo que indica que se debe reforzar este factor, ya que la puntuación baja del mismo, muestra que son poco eficientes y menos rápidos para entregar los resultados requeridos por la empresa, disminuyendo así la eficiencia y la eficacia de los resultados de la compañía en general.

El Logro en las mujeres que puntúa menos significativo que en los hombres siendo este un factor importante a tener en cuenta a la hora de buscar un motivador para las mujeres, mostrando así que el paso a seguir para la compañía es aumentar los deseos en las mujeres de desarrollar actividades que permitan el desarrollo adecuado de, logrando así un desempeño exitoso.

Las mujeres tienden a obtener puntuaciones entre la media y puntuación baja en la mayoría de los factores, mientras los hombres tienden a puntuar más de la media hacia la puntuación alta, mostrando así que el género en cual se debe acentuar más es en las mujeres.

En síntesis, se encontraron diferencias significativas entre la puntuación de hombres y mujeres, ya que la mayoría de los factores tenían un porcentaje más alto en los hombres, guía clara para la compañía de la importancia del reforzamiento de los factores motivacionales en las mujeres.

Se hace necesario que la compañía Distracom S.A teniendo en cuenta los resultados arrojados en la investigación, reevalúe la manera adecuada de estar más atento a los factores motivacionales que poseen sus empleados ya que la mayoría de los factores no alcanzan a puntuar de manera alta sino en el promedio, lo que demuestra que aún hace falta trabajar en el mejoramiento del personal, no sólo para que el mismo produzca sino también para tener a gusto el personal que colabora con el crecimiento de su compañía. También se muestra la necesidad de crear estrategias para promover los factores motivacionales que puntúan más bajo.

En la investigación se hace evidente que la compañía debe entrar a evaluar cuáles son los factores primordiales que sus empleados deben poseer para lograr el funcionamiento adecuado de las funciones de la compañía, pero de igual manera que a su vez sean tomadas en cuenta las necesidades del empleado como tal.

Limitaciones o dificultades

A la hora de realizar la siguiente investigación se presentaron dificultades como la de obtener el permiso de la compañía para la aplicación de la prueba, ya que los directores manifestaban que el tiempo para la aplicación de la prueba no podría interferir con el horario laboral. Es difícil que la compañía Distracom S.A, gaste de su tiempo para hacer algo que beneficie la compañía cuando no tienen el conocimiento adecuado de lo importante que es conocer que es lo que realmente motiva el personal de su compañía.

Por otro lado, el convencer a el total de la población para que se realizara la prueba CMT fue otro de los percances que se tuvo que superar, debido a que no deseaban apoyar en la realización de esta prueba debido a que tenían prejuicios sobre si realmente era la compañía la que estaba tratando de obtener información de sus empleados, y temían que esto tuviera repercusiones sobre su puesto de trabajo. Fue difícil hacerles entender que esta actividad era sólo para una investigación académica.

Es de gran importancia reconocer que la realización de la tesis simultáneamente con la práctica profesional, dificultaba el trabajo el equipo

En cuanto a la materia de psicología organizacional, que es nuestro punto de enfoque, el poco conocimiento que se logra adquirir en solo un semestre dificulta un poco el manejo del tema, por ende nos dirigimos hacia otras fuentes para tener otros recursos que permitieran el manejo adecuado del tema.

Un punto medio de encuentro, una hora específica y día definido en su mayoría no coincidían para ninguna de las tres, por tal motivo, la reunión grupal tenía ciertos inconvenientes, sin embargo, pudimos llegar a un acuerdo para la adecuada ejecución de la tesis.

Al iniciar la realización de la tesis, no teníamos definido quien era el asesor asignado, posteriormente, hubo dificultades con el asesor fijado, los días de encuentro para la asesoría ya que teníamos horarios muy diferentes, y se cruzaban con la asesoría de prácticas.

Referencias

- Agut, Nieto, S., y Carrero, Planes, V. (2007). Contribuciones al estudio de la motivación laboral: enfoques teóricos desde la dimensión de autoexpresión del ser humano. *Revista De Psicología Del Trabajo Y De Las Organizaciones*.
- Alanís, Gómez, L., Tello, Orduña, M., y de la Cruz, G. (2014). *La Capacitación y la Motivación Laboral como Factor De Importancia Para El Logro De Objetivos Organizacionales*. Madrid: Global Conference On Business & Finance Proceedings.
- Amorós, E. (2007). *Comportamiento Organizacional: En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas*. Lima: Universidad Católica Santo Toribio de Mogroviejo. Recuperado de www.usat.edu.pe/carreras1/economia
- Bedodo, Espinoza, V. & Giglio, Gallardo, C. (2006). *Motivación laboral y compensaciones: una investigación de orientación teórica*. (Tesis de Maestría). Universidad de Chile. Santiago.
- Bedoya, I. (2011). *Análisis de la percepción que tienen los empleados sobre las estrategias de motivación existentes en la empresa Algamar S.A. que permita diseñar un programa de bienestar laboral orientado al incremento de la satisfacción de los empleados*. Envigado: Institución Universitaria de Envigado.
- Bedoya, G., Dayron A., y Londoño, J. (2013). *Influencia de la motivación laboral en los empleados del Darién LTDA*. Medellín: Universidad San Buena Aventura Medellín.
- Carmona, G., Saldarriaga A. *Incidencia de los factores motivadores intrínsecos planteados por Frederick Herzberg, en la actitud frente al trabajo*. Medellín: Universidad de San Buenaventura.
- Carmona, L. & Saldarriaga, M. (1993). *Incidencia de los factores motivadores intrínsecos planteados por Frederick Herzberg, en la actitud frente al trabajo*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Medellín.
- Cruz, N., Pérez, V., & Cantero, C. (2009). Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión de conocimiento. El caso de una organización sin fines de lucro. *Revista De Economía Pública, Social Y Cooperativa*.
- Curral, L., & Marques-Quinteiro, P. (2009). Self-leadership and Work Role Innovation: Testing a Mediation Model with Goal Orientation and Work Motivation. *Revista De Psicología Del Trabajo Y De Las Organizaciones*.
- Dankhe, L (1986). *Diferentes diseños. Tipos de investigación*. *Revista espacio*, 17. Recuperado en <http://www.revistaespacio.com/volumen17>.
- Delgado, C. (2002). *Mucho más que salario. La compensación total flexible*. España: Mac graw-hill.

- Díaz, S. y Palacio, D. (1993). *Diferencias en el perfil motivacional de personas con responsabilidades de dirección y orientación de personal y de personas cuyas responsabilidades son solo técnicas*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Medellín.
- Duque, F. (2011). *¿Cuándo consideramos que una organización es innovadora?. MK - Marketing Más Ventas*.
- Giraldo, M. (1994). *Evaluación de los niveles de motivación del personal de la Fábrica de Licores de Antioquia*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Medellín.
- González, Esquivel, D. (2002). *Motivación Laboral*. (Tesis de Maestría), Universidad Autónoma de Nuevo León. Mexico. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/3134/1/1020149014.PDF>
- Jurado, G. (2012). *Una acreditación con calidad: Psicología Clínica y Psicología Industrial/Organizacional*. *Revista Cultura De Guatemala*.
- Lusthaus, C. (2001). *Mejorando el desempeño de las organizaciones: método de autoevaluación*. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo [Canadá].
- McLelland, D. (1989) *Estudio de la motivación humana*. Narcea S.A de Ediciones.
- Osorio, I. (2012). *Planeación estratégica para organizaciones sociales en Colombia*. Madrid: Global Conference On Business & Finance Proceedings.
- Monfort, I., y Núñez, A. (2005). La motivación y su influencia en las organizaciones laborales. *Transporte Desarrollo Y Medio Ambiente*.
- Morales, A. (2002). Influencia de la organización en la motivación laboral, aplicación al caso de una administración pública. *Revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*. *Revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*.
- Peña, T. Gustavo (2006). *Una introducción a la psicología, psicología organizacional*. Cañotor Yolanda MCS editores.
- Ramírez, R., Abreu, L., & Badii, H. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Revista Daena (International Journal Of Good Conscience)*.
- Restrepo, M. & Mazo, A. (1994). *Evaluación de los niveles de motivación en los empleados de Galaxia Seguridad Ltda de Medellín, a través de un cuestionario basado en la teoría de Maslow*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Medellín.
- Sánchez, A. & Gómez C. (2010). *Factores motivacionales que inciden en la satisfacción laboral y su implicación en el desarrollo del clima organizacional de una empresa*. Envigado: Institución Universitaria de Envigado.
- Hernandez., S., Fernández, C., Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*: México: Mac Graw Hill.

Schein, M.(1997). *Psicología de la organización*. Mexico: Pientrice-Hal.

Toro, A. (1992). *Cuestionario de Motivación para el Trabajo*. Medellín: CINCEL LTDA.

Toro, A. (1996). *Motivos, intereses y preferencias de empleados y gerentes. Diferencias Individuales*. Medellín: CINCEL LTDA.

Anexos

Anexo a. CMT

Cuestionario de Motivación para el Trabajo

PRIMERA PARTE

ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO

1.CARACTERÍSTICA GENERALES

1.1. Ficha técnica

- Nombre: Cuestionario de Motivación para el Trabajo
- CMT
- Autor: Fernando Toro Álvarez
- Administración: Individual y colectiva
- Duración: Entre 20 y 35 minutos.
- Aplicación: adolescentes y adultos con un nivel mínimo de educación de cuatro años de bachillerato o escuela secundaria.
- Clasificación: Puede hacerse manualmente con el empleo de las claves de clasificación o con el Software.

1.2 Descripción general de Cuestionario:

El cuestionario de motivación para el trabajo es un instrumento psicológico diseñado para identificar y valorar objetivamente 15 factores de motivación.

Hasta el presente se conocen algunos instrumentos que evalúan aspectos motivacionales derivados de alguna teoría motivacional particular.

Tales instrumentos suelen ser de poca utilidad en el medio latinoamericana por las obvias diferencias de idiosincrasia, cultura, lenguaje, nivel de desarrollo económico, social, y tecnológi-

co que existen entre los países de Europa, del norte de América y del tercer mundo latinoamericano.

El cuestionario de motivación para el trabajo ha sido diseñado y estudiado por personas que participan de la cultura a la cual está dirigido, además de que involucra en su estructura semántica conceptos, sentimientos y experiencias típicas de este medio laboral.

El fundamento teórico en la cual se apoya el cuestionario está conformado por un esquema conceptual que toma, de un lado los aportes y teorías motivacionales relevantes y los resultados de investigación empíricas, de otro lado toma en consideración un esquema conceptual, desarrollado por el autor, que integra varias dimensiones analíticas para producir una conceptualización que destaca el carácter dinámico del fenómeno (Toro, 1.982).

El cuestionario consta de tres partes, así:

La primera, conformada por cinco grupos de Ítems. Cada grupo contiene a su vez cinco ítems y cada ítem del grupo está representado por un factor de motivación. Esta parte está diseñada para proveer un perfil de **CONDICIONES MOTIVACIONES INTERNAS** a traves de cinco factores que son: **Logro, Poder, Afiliación, Auto-realización, Reconocimiento.**

La segunda parte también contiene cinco grupos de cinco ítems cada grupo. Se diseñó para conformar un perfil de **MEDIOS PREFERIDOS PARA OBTENER RETRIBUCIONES DESEADAS EN EL TRABAJO.** Esta parte está representada por los siguiente cinco factores: **Dedicación a la tarea, Aceptación de la Autoridad, Aceptación de normas y valores, Requisición, Expectación.**

Al igual que los anteriores, la tercera parte está conformada por veinticinco ítems distribuidos en cinco grupos. Proporciona un perfil de incentivos valorados por las personas o **CONDICIONES MOTIVACIONALES EXTERNAS** representadas por los factores: **Supervisión, Grupo de Trabajo; Contenido del Trabajo, Salario, Promoción.**

En total el cuestionario contiene 75 ítems que en conjunto representan 15 factores motivacionales.

Los ítems están presentados en grupos de cinco y cada uno operacionaliza un factor de motivación. La persona examinada debe ordenar los ítems de cada grupo de acuerdo con la importancia que les atribuye a cada uno, viste en conjunto y en relación con los otros cuatro. En función de su escogencia debes asignarles un valor entre cinco y uno para indicar mayor o menor importancia que les atribuye respectivamente.

Este mecanismo de ordenamiento forzoso supone, para mucho examinados, en cada grupo de ítems, resolver un conflicto existente y de valoración. Gracias a este mecanismo se hace posible identificar las prioridades personales reales. Sin la exigencia del ordenamiento forzoso de deseabilidad social, normal de los ítems dificultaría notablemente obtener un ordenamiento de los factores. Por consiguiente este tipo de ordenamiento conduce a que el valor que una persona asigna a un factor deba descontárselo a otro factor. Por la misma razón, los valores altos que aparecen en el perfil motivacional arrojado por la prueba para cada examinado revelan sus más altos valores, sus intereses y sus preferencias. Sin embargo, los valores más bajos no significan lo que

rechazan o desprecia el encaminado, representan aquello a lo que le atribuye menos valor, en el momento en que se examina y en el contexto de los factores que el cuestionario explora.

El cuestionario de motivación es un instrumento diseñado para recoger muestras de 15 factores motivacionales. No describe por lo tanto la totalidad del fenómeno motivacional.

1.3 Software.

Este programa hace parte del paquete de documentos de la prueba.

Consta de un manual con instrucciones de instalación y de manejo, un CD con los archivos de calificación.

El programa de CMT de calificación permite, con la sola introducción de los datos de la hoja de respuestas.

- Obtener los puntos brutos
- Obtener los puntajes estándar
- Elaborar los perfiles motivacionales de primero y segundo orden.
- Conseguir en archivo histórico hasta 9.999 hojas de respuestas con toda la información.
- .Recuperar la información por pantalla o por la impresora.
- Introducir modificaciones

Gracias a este programa de computador se elimina el proceso de calificación con las claves y el trabajo de consultar las tablas de conversión además de la elaboración del perfil. Esta tarea manual toma cerca de 15 minutos. Con el programa puede realizarse en su totalidad, incluyendo el archivo de la información, en cerca de 5 minutos.

Este proceso puede encomendarse a una persona auxiliar. Cuando la aplicación es individual puede pedirse al examinado que digite sus respuestas directamente en el computador, reduciéndose aún más el tiempo de conversión.

2.DEFINICIÓN DE LOS FACTORES

No es posible comprender una condición motivacional sin tener en consideración el medio externo. El hecho obedece, entre varias razones, a que estos dos aspectos son dimensiones del mismo fenómeno motivacional. Con fines analíticos y de exploración no se pueden discriminar y considerar separadamente pero ninguna de las dos dimensiones, con independencia de la otra, puede explicar satisfactoriamente la motivación. Por esta razón se podrá apreciar cierta interdependencia en el contenido de los ítems de la primera y la tercera parte del cuestionario.

2.1 Condiciones motivacionales internas

El cuestionario incluye 5 variables representativas de las condiciones motivacionales internas: logro, poder, afiliación, auto-realización, y reconocimiento (Toro, 1983).

Estas variables, en conjunto, describen condiciones personales internas de carácter cognitivo y afectivo que permite al individuo derivar sentimientos de agrado o desagrado de su expe-

riencia con personas o con eventos externos específicos. Como consecuencia de los sentimientos de agrado experimentados alguna vez, se pueden activar comportamientos posteriores de aproximación a tales personas o eventos. Como consecuencia de los sentimientos, pueden activarse comportamientos posteriores de evitación.

Logro (LOG)

Se manifiesta a través del comportamiento caracterizado por la intención de inventar, hacer o crear algo excepcional, de obtener un cierto nivel de excelencia, de aventajar a otros. Por lo general no se manifiesta la acción hacia el logro cuando la dificultad de la tarea o de la actividad es demasiado alta y baja. La dificultad media de la tarea o actividad parece estimular mejor los comportamientos orientados al logro. Ítems como los siguientes operacionalizan esta variable en el cuestionario:

-Idear formas más eficientes de hacer el trabajo, para aventajar a otros con la calidad de los resultados.

-Poder resolver, con más éxito que otros, los problemas difíciles del trabajo.

Poder (POD)

Se manifiesta a través de deseos o acciones que buscan ejercer dominios, control o influencia, no solo sobre personas o grupos, sino también sobre los medios que permitan adquirir o mantener el control, tales como las posiciones de mano, la influencia en los medios de comunicación, la acción sobre los incentivos o recompensas. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable.

-Tener personas a cargo a las cuales yo pueda corregir o estimular por su rendimiento.

-Poder persuadir o convencer a otros para llevar a cabo actividades relacionadas con el trabajo.

-Poder llegar a dirigir las actividades de otras personas.

Afiliación (AFI)

Se manifiesta por la expresión de intenciones o la ejecución de comportamientos orientado a obtener o conservar relaciones afectivas satisfactorias con otras personas, donde la calidez de la relación juega un papel muy importante. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable.

-Establece una buena amistad con mis compañeros.

-Contar con la compañía y el apoyo de los compañeros de trabajo.

-Estar con personas que sean unidas, se apoyen y se defiendan mutuamente.

Auto-realización

Se manifiesta por la expresión de deseos o la realización de actividades que permitan la utilización en el trabajo de las habilidades y conocimientos personales y la mejora de tales capacidades y conocimientos. Ítems como los siguientes operacionalizan esta variable en el cuestionario.

- Poderme ocupar en lo que verdaderamente se y puedo hacer.
- Saber que voy adquiriendo mayor habilidad en mi ocupación.

Reconocimiento (REC)

Se manifiesta a través de la expresión de deseos o la realización de actividades orientadas a obtener de los demás atención, aceptación o admiración por lo que la persona es, hace, sabe o es capaz de hacer. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable en el cuestionario.

- Que las otras personas acepten mis méritos
- Saber que se reconocen mis conocimientos y capacidades.

2.2 Medios preferidos para obtener retribuciones deseadas en el trabajo

Como en todos los fenómenos psicológicos, se observan grandes diferencias individuales tanto en las consideraciones motivacionales internas como en las condiciones motivacionales externas. Por esta razón de tales diferencias individuales las personas pueden diferir en cuanto a los medios que prefieren emplear para obtener retribuciones deseadas en el trabajo.

El cuestionario de motivación permite identificar estas preferencias en términos de cinco categorías de comportamiento: dedicación a la tarea, aceptación de la autoridad, aceptación de normas y valores organizacionales, requisición y expectación. Los ítems a través de los cuales se operacionaliza cada categoría son una muestra de conductas instrumentales en el trabajo, no agotan, por consiguiente, muchas posibilidades de conducta instrumental para obtener retribuciones deseadas en el trabajo.

Se escogieron las cinco categorías de comportamiento mencionadas, a partir de una revisión de la literatura organizacional en torno de los temas relativos a la vinculación del individuo a la organización. Ellos son la idea de “participación” de Simón en el contexto de “contrato psicológico”, tal como lo conceptualiza Shein.

Para Simón (1957) el comportamiento de las personas en la organización es intencional, está orientado a la obtención de metas o resultados. Por consiguiente, en la medida en que las

organizaciones provean posibilidades directas o indirectas de obtener metas personales, en esa misma medida las personas estarán dispuestas a considerar su vinculación como miembro.

Por su participación en la actividad organizacional en individuo recibe beneficios o retribuciones que le interesan, como salario, buen trato, promoción, prestigio, y la satisfacción de varias necesidades, (Toro, 1982). Su participación o contribución consiste en dedicar a la empresa tiempo y esfuerzo, acreditar que las personas investigadas de autoridad definan y limiten su comportamiento, es decir, aceptar, las relaciones de autoridad, dentro de ciertos límites.

Schein (1970), por su parte, considera que entre el individuo y la organización se confirma lo que él denomina un contrato psicológico. La siguiente es una definición descriptiva de su concepto.

“Si una persona está trabajando con eficiencia, si genera compromiso, lealtad y entusiasmo por la organización y sus metas y su obtiene satisfacción de su trabajo depende en gran medida de dos condiciones.

1.El grande de sus expectativas acerca de la organización coinciden con las que la organización tiene acerca de ellas. 2. Suponiendo que existe una concordancia de expectativas, hay que considerar lo que intercambia: dinero a cambio de tiempo y trabajo: satisfacción de las necesidades sociales y de seguridad en el empleo por trabajo y lealtad; oportunidad de auto- realización e incentivos para el trabajo a cambio de un alto nivel de productividad, calidad en los productos y esfuerzo creador al servicio de los objetivos de la organización, o varias combinaciones de estos y otros elementos”. P. 77

El análisis de los conceptos de Simón y Schein sugirió las primeras categorías de medios preferidos: dedicación a la tarea y aceptación de la autoridad, es decir, la influencia actual y su concreta proveniente de personas específicas en la organización. Schein y otros investigadores de la socialización organizacional consideran que, a través de este proceso, el miembro organizacional conoce, asimila, acepta y se comporta de acuerdo con creencias, valores y normas que se integró al cuestionario de motivación describe el hecho de la conformidad con elementos relevantes de la cultura organizacional.

Las categorías de requisición y expectación se incluyeron en el cuestionario por razones diferentes a las anteriores. Las tres primeras categorías definen modos de comportamientos útiles, importantes o deseables desde el punto de vista de la organización.

Estas categorías dejas de lado otros modos de acción que pueden conducir a las mismas o equivalentes retribuciones deseadas, tales como el uso del poder individual, la acción colectiva o la actitud pasiva de esperar la benevolencia y consideración del supervisor.

Requisición y expectación describen entonces opciones para obtener retribuciones deseadas en el trabajo, desde la perspectiva del individuo independiente que se vincula libremente a una organización para obtener beneficios personales. Esta perspectiva complementa la anterior.

El concepto de requisición involucra además comportamientos que se inscriben en la categoría de control interno (*). El concepto de expectativa contempla modos de comportamiento inscritos en la categoría de control externo (*).

Esta sección del Cuestionario busca evaluar la instrumentalidad que la persona atribuye a varios tipos de desempeño en relación con varios resultados o retribuciones deseadas (Toro, 1.983).

Dedicación la tarea (DT)

Incluye modos de comportamiento caracterizados ya sea por la dedicación de tiempo, esfuerzo e iniciativa al trabajo, por el deseo de mostrar en él responsabilidad y calidad o bien por derivar algún beneficio primario del hecho mismo de la ejecución del trabajo. Se trata de la intención de poner al servicio de la tarea, recursos, medios y condiciones personales con que cuenta el individuo. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable en el cuestionario.

- Dedicarse en empeño al trabajo durante el tiempo debido.
- Hacer el trabajo con eficacia y responsabilidad.

Aceptación de la autoridad (AA)

Modos de comportamiento que manifiestan acato, reconocimiento y aceptación, tanto de las personas investidas de autoridad en la organización como de las decisiones y actuaciones de tales personas. Comportamientos de sujeción a las determinaciones de personas o dependencias con autoridad formal. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

- Acatar las decisiones y orientaciones del jefe respecto al trabajo.
- Aceptar con interés los cambios de puesto de trabajo o de actividad cuando el jefe lo solicite.

Aceptación de Normas y Valores (ANV)

Modos de comportamiento que hacen realidad creencias, valores o normas relevantes para el funcionamiento y la permanencia en la organización, tales como evitar lo que pueda causar perjuicios al trabajo a la empresa, cumplir sus normas y políticas, contribuir al logro de sus objetivos. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

- Hacer que mi desempeño contribuya verdaderamente a los objetivos del área de trabajo y de la empresa.
- Economizar materiales e implementos de trabajo y evitar los riesgos de pérdida y daños.

Requisición (REQ)

Modos de comportamiento que buscan obtener retribuciones deseadas, influenciando directamente a quien puede concederlas, mediante persuasión confrontación o solicitud personal y directa. Solicitan la retribución deseada. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

-Solicitar personalmente al jefe mi ubicación en un trabajo que se acomode bien a mis capacidades o que me interese.

-Convencer al jefe, no sólo con palabras sino con mi rendimiento, de los méritos y capacidades con que cuento.

Expectación (EXP)

Modos de comportamiento que muestran expectativa, confianza y pasividad ante los designios de la empresa o las determinaciones de la autoridad. Las retribuciones deseadas se dan por iniciativa y benevolencia del patrono más que por mérito personal. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable.

-Darle tiempo a la empresa para que se dé cuenta de mis conocimientos y mis capacidades.

-Estar a la espera de que la empresa haga los aumentos convenientes según el costo de la vida.

2.3. Condiciones Motivacionales Externas

En esta parte, el Cuestionario incluye cinco variables que tienen el carácter de factores que suscitan el interés por el trabajo y refuerzan o incentivan modos de comportamientos dirigidos a obtenerlos: Supervisión, Grupo de trabajo, Contenido del trabajo, Salario, Promoción, (Toro, 1983).

En la parte del Cuestionario cada grupo de cinco modos de comportamiento instrumental está encabezado por uno de los elementos externos de la motivación que se exploran en esta parte.

Esta sección del Cuestionario busca estudiar el valor que una persona atribuye a varios tipos de retribución por el desempeño que una organización puede ofrecer.

Supervisión (SUP)

Valor que el individuo atribuye a los comportamientos de consideración, reconocimiento o retroinformación de los representantes de la autoridad organizacional hacia él. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable.

-Que mi jefe evalúe mi rendimiento de una manera considerada, comprensiva y justa.

-Tener un jefe que reconozca mis méritos.

Grupo de trabajo (GT)

Condiciones sociales del trabajo que proveen a la persona posibilidades de estar en contacto con otros, participar en acciones colectivas, compartir, aprender de otros. Valoración que el individuo hace de tales condiciones. Ítems del seguimiento tipo operacionalizan la variable:

-Poder estar en relación con personas que me aporten y enriquezcan.

-Estar en grupo capaz de organizar y llevar a cabo actividades de interés y utilidad.

Contenido de trabajo (CT)

Condiciones intrínsecas del trabajo que puede proporcionar a la persona que ejecuta varios grados de autonomía, variedad, información sobre su contribución a un proceso o producto y la posibilidad de elaboración global de un producto. Valoración que la persona hace de tales condiciones. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

-Llevar a cabo actividades variables y de interés que me evitan la rutina y la monotonía.

Para poder ver claramente el resultado o beneficio que se deriva del trabajo que hago.

-Tener libertad para decidir sobre la forma más conveniente de hacer el trabajo.

Salario (SAL)

Condiciones de retribución económica asociadas al desempeño de un puesto de trabajo. Según su grado y modalidad esta retribución puede proporcionar a la persona compensación por su esfuerzo, prestigio, seguridad de que pueda atender las demandas de sus necesidades personales y las de su familia. Valoración que la persona hace de la compensación económica. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

-Ganar un sueldo que me permita atender adecuadamente todas mis necesidades y las de mi familia.

-Ganar un sueldo que verdaderamente recompense mi esfuerzo.

-Saber que periódicamente puedo recibir aumentos salariales.

Promoción (PRO)

Perspectiva y posibilidad de movilidad ascendente o jerárquica que un puesto de trabajo permita a su desempeñante dentro de un contexto organizacional. De tal posibilidad la

persona puede derivar proyecciones personales de progreso, de prestigio y aproximarse a situaciones de mayor responsabilidad. Valor que la persona atribuye a la promoción. Ítems como los siguientes operacionalizan la variable:

- Tener ascensos que me permitan sentir que progreso y me perfecciono en mi ocupación.
- Tener ascensos para tener un trabajo más interesante e importante.
- Tener ascensos que me permitan alcanzar un trabajo de mayor responsabilidad.

3. INSTRUCCIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN

Debe administrarse el Cuestionario en un sitio con adecuadas condiciones de luz, ventilación, temperatura y silencio. Los examinados deben colocarse en sillas suficientemente cómodas. Conviene que el Cuestionario y la hoja de respuestas se puedan colocar, de preferencia, sobre una mesa.

Una vez ubicados los examinados en el sitio que les corresponde para el examen, se les entrega la hoja de respuestas y se les solicita que la diligencien íntegramente en la parte de los datos personales. El examinador cuidara de que los datos de esta parte sean correctamente llenados.

A continuación de reparte el cuadernillo del cuestionario y se llama la atención de los examinados sobre los siguientes asuntos:

-El cuestionario tiene tres partes, cada una de ellas está precedida de un conjunto de instrucciones que deben leerse con atención. No debe comenzarse a responder hasta tener una comprensión suficiente de las instrucciones. En caso de duda debe consultarse el examinador.

-Por ninguna razón debe escribirse marcas o respuestas en el cuadernillo.

-Tampoco debe marcarse las respuestas de los ejemplos en la hoja de respuestas ni en el cuadernillo.

-El tiempo disponible para trabajar en el cuestionario es de 20 a 35 minutos.

-Cada examinado leerá las instrucciones individualmente. En caso de que se la solicite, el examinador dará instrucciones que complementen lo escrito. Podrá dar indicaciones como las siguientes:

“Consiste en calificar grupos de cinco (5) afirmaciones con respecto a cuestiones relacionadas con el trabajo. Los valores serán de 5 a 1, siendo 5 la máxima calificación y la 1 la mínima. Todas las afirmaciones de cada grupo deben calificarse. Ninguna de ellas puede quedar sin clasificación, en un grupo de cinco (5) afirmaciones no se puede repetir ningún valor, cada afirmación debe tener un número diferente entre 5 y 1”.

-El examinador estará atento a responder preguntas, evitando sugerir respuestas al examinado.

-El examinador igualmente estará atento para evitar el deteriorar de los cuadernillos con marcas o respuestas. Además observara que las personas marquen correctamente en la hoja de respuestas.

Para la calificación se utilizan tres rejillas, cada una de las cuales recoge datos de cinco factores. El procedimiento consiste en colocar cada rejilla sobre la hoja de respuestas, sumar los valores que aparecen en cada una de las variables y anotarlos en la columna a la derecha de la hoja de respuestas. Para elaborar el perfil se convierte en PB en puntaje estándar (PT), consultando la tabla que corresponda. El nuevo valor se ubica en la columna de puntajes estándar (PT). Finalmente se toma el puntaje estándar y se ubica en grafico de la hoja de respuestas. Luego se unen por la línea continua los puntos, en el gráfico, para obtener el perfil individual. Los puntajes estándar y el perfil se interpretan de acuerdo con criterios definidos más adelante.

4. INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

El Cuestionario de Motivación es el producto de abundantes estudios y revisiones de la estructura general y de los ítems. Cinco versiones del Cuestionario procedieron su forma actual. Cada una de ellas se modificó a partir del análisis cualitativo y cuantitativo de los ítems. El estudio de los ítems que antecedió al Cuestionario actual se llevó a cabo mediante análisis factorial. A partir de los datos obtenidos de realizaron precisiones y modificaciones sutiles del contenido que permitieron homogenizar los ítems representativos de cada variables (factor).

En lo relativo a la **confiabilidad**, Uribe (1982) realizo un estudio en el que se calcularon coeficientes de correlación Producto-Momento de Pearson. Entre el valor de cada ítem y el total de la variable se obtuvieron coeficientes de correlación. Luego se calcularon intercorrelaciones para los diferentes factores, elevando al cuadrado el promedio de los coeficientes de Pearson Ítem-factor. Enseguida se calculó el coeficiente de confiabilidad de cada factor, mediante la fórmula de Spearman-Brown para intercorrelaciones. Se obtuvo así una confiabilidad promedio, para todo el Cuestionario de 0.72, que es considerada como alta según criterios propuestos por Guilford (1.965) así: confiabilidad moderada (0.40-0.69) y la baja confiabilidad (0.20-0.39).

La tabla No. 1 muestra los Coeficientes de Confiabilidad que se han obtenido en diferentes análisis llevados a cabo con posterioridad al trabajo de Uribe, referido atrás. La primera columna de la tabla reporta los resultados obtenidos por Uribe. (1.982).

Tabla 1. Coeficientes de confiabilidad por factor y para el cuestionario total, obtenidos en diferentes análisis de grupos ocupacionales

COEFICIENTES DE CONFIABILIDAD					
FACTORES	Grupo Heterogéneo n 508	Grupo Contadores Públicos n 100	Grupo Técnicos Medios n 129	Grupo Ingenieros Agrónomos n 125	Grupo Secretarias n 168
Logro	0.70	0.75	0.72	0.63	0.64
Poder	0.78	0.75	0.78	0.78	0.75
Afiliación	0.80	0.82	0.81	0.83	0.72
Auto-realización	0.76	0.84	0.78	0.77	0.77
Reconocimiento	0.73	0.74	0.73	0.63	0.74
Dedicación a la Tarea	0.61	0.67	0.68	0.62	0.64
Aceptación	0.64	0.60	0.58	0.60	0.52
Autoridad	0.59	0.62	0.64	0.64	0.58
Acep. Normas y Valores	0.69	0.70	0.70	0.72	0.68
Requisición	0.65	0.69	0.67	0.64	0.67
Expectación	0.79	0.78	0.78	0.81	0.75
Supervisión	0.74	0.76	0.75	0.77	0.73
Grupo de Trabajo	0.73	0.79	0.77	0.68	0.75
Contenido del trabajo	0.85	0.90	0.86	0.85	0.81
Salario	0.81	0.85	0.87	0.86	0.78
Promoción	0.72	0.75	0.74	0.72	0.70
Confiabilidad Total					

Anexo b. Consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO**Fecha: 06 / May / 14Ciudad: Medellin

Yo, Sergio Ivan Serna, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

SERGIO SERNA

Participante

C. C. No 21750.897

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06 DE MAYO DE 2014

Ciudad: MEDELLIN

Yo, OSCAR ORLANDO NARANJO NARANJO mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

OSCAR O NARANJO NARANJO
Participante
C.C.No 8'177.593

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06/May/14

Ciudad: Medellin

Yo, Rosana Alvarez, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.



Participante

C. C. No 2.753.891

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06 Mayo 14

Ciudad: Medellin

Yo, Melisa Franco, mayor de edad, manifiesto

libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Melisa Franco

Participante

C. C. No 21.773.250

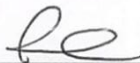
CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06/05/14

Ciudad: Medellin

Yo, Rendon Rendon Cesar, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.



Participante

C. C. No B. 205.544

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: Mayo 13/2014Ciudad: Medellin

Yo, Carlos Felipe Fernández V., mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

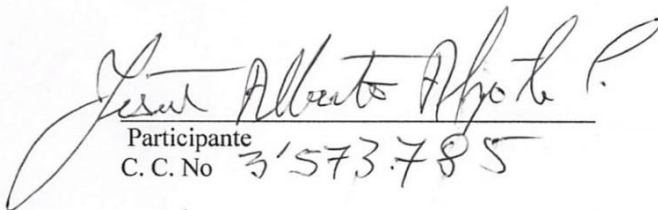
Felipe Fdez V.
Participante
C. C. No 71718.826.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: Mayo 6/14Ciudad: Medellin

Yo, Jesús Alberto Alzate Correa, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.


Participante
C. C. No 3'573.785

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 015/14Ciudad: Medellin

Yo, Christina Cordona cordona, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Christina Cordona
Participante
C. C. No 41 318 368

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: 06/05/2014Ciudad: Medellin

Yo, Angeles Gaviria Machado, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.



Participante
C. C. No 8.205.5.44

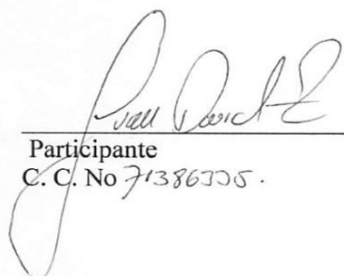
CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06/05/14.

Ciudad: Fedeltón.

Yo, Juan David Zapata., mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.



Participante
C. C. No 71386335.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 6 de Mayo de 2014

Ciudad: Medellín

Yo, Jorge Junior Londoño De la Espriella, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.


La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Jorge h. Londoño
Participante
C. C. No 71.266.412.

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: 6 de Mayo de 2014Ciudad: Medellin

Yo, Bibi Velandia Herrera, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.


Participante 36288645
C. C. No 36288645

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: Mayo/6/2014Ciudad: Hedellin

Yo, Shirley Yobana Caicedo Hernandez, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Shirley C
Participante
C. C. No 43260772

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: 06 Mayo 2014Ciudad: Medellin-Ant.

Yo, leidy Katherine Valencia, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

leidy Katherine Valencia

Participante

C. C. No 1037595962

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: 06/Mayo/14

Ciudad: Medellin

Yo, Biviana Patricia Morales, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Biviana Morales
Participante
C. C. No 1128405760.

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: 06 de mayo 2014Ciudad: Medellín

Yo, Kelly Katherine Lopera Serna, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Kelly Katherine Lopera Serna

Participante

C. C. No 1128283676

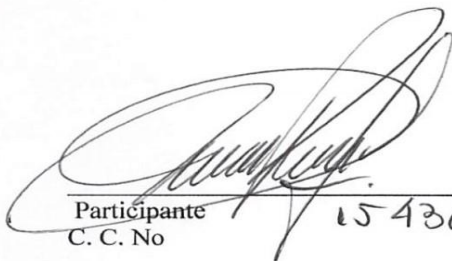
CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: Mayo 6 de 2014.

Ciudad: Medellin.

Yo, David Efraim Rendón Jaramillo., mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

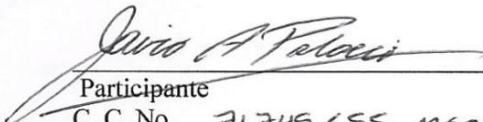
La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.


Participante 15436603
C. C. No

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: MAYO 06 DE 2.014Ciudad: MEDELLIN

Yo, JAIRO ALONSO PALACIO PALACIO, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.


Participante
C. C. No 71745655 MED.

CONSENTIMIENTO INFORMADOFecha: 6/05/2014Ciudad: Medellín

Yo, Natalia Vargas Zapata, mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Natalia Vargas Zapata
Participante
C. C. No 32.182.369

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: Mayo 6-14

Ciudad: Medellin

Yo, Claudia Y Correa V., mayor de edad, manifiesto libre y voluntariamente que estoy de acuerdo en someterme a la aplicación de la siguiente prueba, la cual se hará con fines académicos.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Claudia Y Correa V

Participante

C. C. No 43688413.