



**COLEGIO PARTENÓN S.C.**

Con Reconocimiento de Incorporación a la UNAM No. 3283

**“FACTORES MOTIVACIONALES DE ACUERDO A LA ESCALA MPS EN  
JÓVENES ADULTOS DE EDADES ENTRE 23-32 AÑOS LABORALMENTE  
ACTIVOS EN LA EMPRESA DE DESARROLLO DE SOFTWARE”**

TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

PRESENTA  
**MARÍA DE LA LUZ RINCÓN CHÁVEZ**

Asesor de Tesis: Eva Iberri

**México, D.F. 2007**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios: Por demostrarme que siempre hay alguien cuidándome, a pesar de mi escepticismo habitual.

Al Destino: Que ha puesto a las personas justas en los momentos precisos que requería mi andar para no truncar mi camino.

A mi Papá: Por ser mi ejemplo a seguir y demostrarme que “el querer es poder” y que no hay límites para ello, ni siquiera el tiempo.

A mis Hermanos (Elena, Xiadani y Memo): Espero este trabajo les sirva para que tengan presente que no existen límites para lo que se propongan. Por alto que este el cielo del mundo... se que ustedes lo alcanzarán.

A mi Ángel Guardián: Ray gracias por darme la paz espiritual que tantas veces necesito y que solo al pensar en ti puedo alcanzar.

A todos los que colaboraron, me ayudaron a realizar este esfuerzo y sobre todo a aquellos que me dieron su confianza para lograrlo: Mis más sinceras y eternas gracias por verter parte de su tiempo y de su ser que quedará reflejado por siempre en este trabajo, pero sobre todo en mi memoria.

A la Vida: Porque a pesar del cansancio que a veces me agobia, siempre encuentra la forma de mostrarme que hay algo por qué seguir adelante y de qué maravillarse.

260114: 07190103090120-171619-2016202105140519-  
1309-13011416-0514-0512-13161305142116-17190503092016-  
26-171619-031614210914220119-030113091401140416-  
1022142116-01-1309. 210113-1301

**GRACIAS... TOTALES!!!**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
<b>CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO</b>	<b>5</b>
1.1 Motivación	5
1.2 Teorías de la Motivación en la Administración de Recursos Humanos	7
<u>Teorías de Contenido</u>	8
1.2.1 Teoría Jerárquica de las necesidades humanas - Abraham Maslow	8
1.2.2 Teoría de la motivación-higiene - Frederick Herzberg	10
1.2.3 Teoría de la existencia, relación y progreso de Alderfer	12
1.2.4 Teoría de las tres necesidades de McClelland	14
<u>Teorías de Procesos</u>	16
1.2.5 Modelo de expectativas de Vroom	16
1.2.6 Modelo de equidad de Stacy Adams	18
1.2.7 Teoría de la modificación de la conducta de B. F. Skinner	19
1.3 Tecnologías de Información	21
1.3.1 Importancia de las Tecnologías de Información en las Pequeñas y Medianas Empresas	21
1.3.2 El Desarrollo de Sistemas en México	22
1.3.3 Importancia de las MIPYMES en México	24
1.3.4 Sistemas de Información aplicados a MIPYMES	24
<b>CAPÍTULO II MÉTODO</b>	<b>26</b>
2.1 Planteamiento del Problema	27
2.2 Justificación del Estudio	27
2.3 Objetivo General	28
2.4 Objetivos Específicos	28

2.5 Hipótesis de Trabajo	29
2.6 Hipótesis de Investigación	29
2.7 Variables	30
2.7.1 Variable Independiente	30
2.7.2 Variable Dependiente	30
2.7.3 Variable Atributiva	30
2.8 Definición Conceptual de Variables	31
2.8.1 Variable Independiente	31
2.8.2 Variable Dependiente	31
2.8.3 Variable Atributiva	32
2.9 Definición Operacional de Variables	32
2.9.1 Variable Independiente	32
2.9.2 Variable Dependiente	33
2.9.3 Variable Atributiva	33
2.10 Población Estudiada	33
2.11 Tipo de Muestra	33
2.12 Tipo de Estudio	33
2.13 Diseño de Investigación	34
2.14 Sujetos	34
2.15 Instrumento	34
2.16 Escenario	40
2.17 Procedimiento	40
2.18 Análisis de Datos	41
<b>CAPÍTULO III RESULTADOS</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>91</b>
4.1 Análisis Global de los Factores en la Escala MPS	91
4.2 Análisis Parcial Factor por Factor con relación a sus Cinco Componentes de Medida	95
4.2.1 Factor RS (Reconocimiento Social)	96

4.2.2 Factor AD (Autodesarrollo)	98
4.2.3 Factor AC /Autoestima / Autoconcepto)	101
4.2.4 Factor PO (Poder)	103
4.2.5 Factor SE (Seguridad)	106
4.2.6 Factor AS (Aceptación e Integración Social)	108

<b>CAPÍTULO V</b>	<b>CONCLUSIONES, LIMITACIONES, SUGERENCIAS Y</b>	
<b>APORTACIONES</b>		111
5.1 Conclusiones		111
5.2 Limitaciones		114
5.3 Sugerencias		115
5.4 Aportaciones		117
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		119

## RESUMEN

El propósito de la presente investigación es analizar cuáles son los principales aspectos motivacionales que se presentan en la población laboralmente activa dentro del área de desarrollo de sistemas en las pequeñas y medianas empresas del Distrito Federal.

Partiendo de que los aspectos motivacionales raramente se presentan aisladamente, sino que interactúan en distintas y diferentes conductas, se ha utilizado la “Escala de Motivaciones Psicosociales” (MPS), la cual alude a seis tipos de motivación básica que son: Aceptación e Integración Social, Reconocimiento Social, Autoestima/Autoconcepto, Autodesarrollo, Poder y Seguridad.

El presente estudio busca ser un instrumento de partida para la búsqueda de mejoras motivacionales dentro de las organizaciones dedicadas al desarrollo de sistemas, por lo que se contó con una muestra de 20 consultores laboralmente activos en empresas del rubro con edades entre los 25 y 32 años dentro del Distrito Federal.

## INTRODUCCIÓN

Frente a la creciente automatización de los procesos dentro de las grandes corporaciones, y de las empresas en general, cada día se hace evidente que el tratamiento de la calidad humana ha ido perdiendo aplicación, utilidad e interés por parte de todos los involucrados dentro de dicho sistema: dueños, empleadores, directores, gerentes, jefes, empleados, etc.

Lo anterior no es a consecuencia del poco o mucho valor que se le atribuye al tema, ya que este es en sí la piedra angular que sostiene a las compañías para tener altos estándares de calidad, sino que es más bien orillado por las altas exigencias que día con día se van planteando e incrementando a los ritmos de trabajo para lograr altos patrones de productividad y por ende de altos “estatus” que se trazan para llegar a ser una firma, marca o empresa reconocida dentro de la sociedad.

Es debido a lo anterior que el factor humano ha ido decreciendo a la par del aumento de sistematización en los procesos internos de las compañías y como resultado han repercutido en la poca o nula motivación que se le otorga a los empleados, independientemente de, en qué nivel jerárquico se encuentren dentro de las corporaciones.

Dicho patrón se encuentra aún más enfatizado dentro de las empresas dedicadas al rubro de sistemas (desarrollo de software), puesto que, como su propio nombre lo indica, se encuentran mayormente dedicadas a la “sistematización” de todas las áreas y tareas que pueden desempeñarse dentro de cualquier compañía y es por

ello que es más fácil perder el contacto con las necesidades personales y humanas que cada individuo dentro de estos grupos posee o aspira tener.

Un ejemplo muy claro son las empresas de renombre que se dedican a la tarea mencionada en nuestro país como son: IBM de México, Oracle de México, EDS, Softtek, Unisys, entre otras, así como las PYMES que conforma una sub-red llamada "Partners" de dichas compañías y que se enfocan en la búsqueda, reclutamiento, selección y administración del talento humano necesario para que dichas corporaciones puedan seguir funcionando. Es dentro de este proceso que la calidad y la atención humana se van perdiendo por el ritmo desmedido con que esta industria ha ido creciendo y desarrollándose durante los últimos años.

La llamada área de Recursos Humanos que existe dentro de todas y cada una de estas corporaciones ha ido perdiendo el sentido que su mismo nombre implica: la parte HUMANA de las personas que conforman el sistema de la organización y por ende, han perdido la capacidad de implementar o innovar la motivación laboral que los individuos dentro de dichos sistemas requieren para su crecimiento personal y que repercute en el crecimiento de la compañía como consecuencia lógica del desarrollo.

Aunado a lo anterior se encuentra la problemática de encontrar qué factores pueden ser considerados como motivantes para cada individuo. Estos pueden ser tan amplios y variados como las ideologías y expectativas que pueda tener cada persona: los hay de carácter económico, jerárquico, de desarrollo laboral, de crecimiento en conocimientos en el ámbito a desarrollar, etc., cuestión que complica la labor de encontrar un punto medio y referencial que aplique a cada empresa y al tipo de negocio que representa.

En resumen podemos decir entonces que la importancia de la motivación en el ámbito laboral es “la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzos hacia las metas organizacionales, condicionadas por la habilidad del esfuerzo de satisfacer alguna necesidad individual. Como la motivación general concierne al esfuerzo hacia *cualquier meta* estrecharemos el enfoque hacia las *metas organizacionales* a fin de reflejar nuestro interés singular en el comportamiento relacionado con el trabajo.” (Robbins 1998) y es por ello que en el presente estudio se pretende analizar cuáles son los principales factores motivacionales en los consultores empleados en empresas de desarrollo de software, pertenecientes a pequeñas y medianas empresas en el Distrito Federal, mediante el uso de la Escala de motivaciones Psicosociales (MPS), determinando así, cuál es la necesidad individual mayor que dicha población requiere se atienda en un programa de mejoras motivacionales posterior.

**CAPÍTULO I**  
**M A R C O T E Ó R I C O**  
**MOTIVACIÓN**

No es posible comprender las relaciones con y entre las personas sin un conocimiento mínimo de la motivación de su comportamiento. Es difícil definir el concepto de motivación que se ha utilizado en diferentes sentidos. De modo general, motivo es todo aquello que impulsa a la persona a actuar de determinada forma o, por lo menos, que dé origen a una propensión, a un comportamiento específico.

Ese impulso a la acción puede ser provocado por un estímulo externo (que proviene del ambiente) y puede también ser generado internamente en los procesos de raciocinio del individuo. En este aspecto, la motivación está relacionada con el sistema de cognición del individuo. (lo que las personas saben sobre sí mismas y sobre el ambiente que les rodea).

Es obvio que las personas son diferentes en lo que concierne a la motivación: las necesidades varían de un individuo a otro, produciéndose diferentes patrones de comportamiento; los valores sociales también son diferentes; las capacidades para alcanzar los objetivos son también diferentes, y así sucesivamente.

Para comprender un poco más qué es la motivación, empecemos por señalar lo que la motivación no es una característica personal, ya que muchas consideran erróneamente que así es y por ende podemos decir que algunos individuos cuentan con ella y otros no. Por el contrario, sabemos es que la motivación es el resultado de la interacción entre el individuo y la situación. Ciertamente, los individuos difieren en su impulso motivacionales, pero la motivación general varía

de acuerdo a la situación. Al analizar el concepto de motivación, se debe tener en mente que el nivel de motivación varía tanto entre individuos como dentro de los mismos individuos en diferentes momentos.

A continuación se muestra una gráfica con el proceso motivacional:



Una necesidad, en nuestra terminología, significa algún estado interno que hace que ciertos resultados nos parezcan atractivos (deseados). Una necesidad insatisfecha genera tensión que estimula impulsos dentro del individuo. Estos impulsos generan un comportamiento de búsqueda para encontrar metas particulares que si se logran, satisfarán la necesidad y reducirán la tensión.

## **TEORÍAS DE LA MOTIVACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

Motivar y recompensar es una de las actividades más importantes y a la vez más desafiantes que se puedan llevar a cabo. Para tener éxito hay que comprender que lo que nos motiva en lo personal puede tener poco o ningún efecto en los demás. Las empresas que quieren que sus empleados hagan su máximo esfuerzo, saben que necesitan ajustar sus prácticas motivacionales para satisfacer las necesidades y deseos de sus empleados.

En su acepción más sencilla, motivar significa "mover, conducir, impulsar a la acción". La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo tendiente a la obtención de los objetivos, de acuerdo con los estándares o patrones esperados. Múltiples son las teorías que existen en la acción con la motivación, pero todas pueden agruparse en dos grandes tendencias:

**Teorías de contenido:** Agrupa aquellas teorías que consideran todo aquello que puede motivar a las personas.

- Jerarquía de las necesidades de Maslow.
- Teoría Motivación-Higiene (bifactorial) de Herzberg.
- Teoría de la existencia, relación y progreso (ERG) de Alderfer
- Teoría de las tres necesidades de McClelland.

**Teorías de procesos:** Agrupa aquellas teorías que consideran la forma (proceso) en que la persona llega a motivarse.

- Teoría de las expectativas de Vroom.
- Teoría de la equidad de Adams.
- Teoría de la modificación de la conducta de Skinner

## **TEORÍAS DE CONTENIDO**

Teoría Jerárquica de las necesidades humanas - Abraham Maslow:

De acuerdo a esta teoría, el resorte interior de una persona esta constituido por una serie de necesidades en orden jerárquico, que va desde la mas material a la mas espiritual. Se identifican cinco niveles dentro de esta jerarquía:

- 1) Fisiológicas: Tienen que ver con las condiciones mínimas de subsistencia del hombre: Alimento, vivienda, vestimenta, etc.
- 2) Seguridad: Se relaciona con la tendencia a la conservación frente a situaciones de peligro. Conservación de su propiedad, de su empleo, etc.
- 3) Sociales: El hombre por naturaleza tiene la necesidad de relacionarse, de agruparse informalmente, en familia, con amigos o formalmente en las organizaciones.
- 4) Estima: A esta altura de la pirámide el individuo necesita algo mas que ser un miembro de un grupo, se hace necesario recibir reconocimiento de los demás en término de respeto, status, prestigio, poder, etc.

5) Autorrealización: Consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno, se trata de una sensación autosuperadora permanente. Son ejemplo de ella autonomía, independencia, autocontrol.

Características del funcionamiento de la teoría de Maslow:

Maslow separó las cinco necesidades en niveles altos y bajos. Las necesidades fisiológicas y de seguridad fueron descritas como *necesidades de orden inferior*, en tanto que las necesidades sociales, de estima y autorrealización se describieron como *necesidades de orden superior*. La diferencia entre los dos niveles se estableció con base en la premisa de que las necesidades de orden superior se satisfacen en lo interno en tanto que las de bajo orden básicamente se satisfacen desde el exterior. De hecho, la conclusión natural que proviene de la clasificación de Maslow es que en tiempos de prosperidad económica, casi todos los que tienen un trabajo permanente tienen sus necesidades de orden inferior sustancialmente satisfechas.

Observaciones a la teoría de Maslow:

Según otros enfoques la teoría no reconoce que las personas son distintas y que lo que puede ser una necesidad para una puede no serlo para otra.

Para algunos críticos el autor no reconoce que las personas puedan variar el orden de la jerarquía.

Para otros, el modelo no resulta práctico desde la óptica del management porque describe el funcionamiento de las personas, pero no considera la forma mas adecuada de brindar incentivos desde la organización.

Como toda teoría, la de Maslow, tiene sus seguidores y sus críticos pero resulta incuestionable que su modelo responde al interrogante de cómo el ser humano funciona y se motiva, es decir porque se esfuerza y trabaja.

### Teoría de la motivación-higiene - Frederick Herzberg.

Creando que la relación de un individuo con su trabajo es básica y que su actitud hacia el mismo bien puede determinar éxito o fracaso, Herzberg investigó la pregunta, "¿qué es lo que las personas quieren de sus trabajos?" Pidió a las personas que describieran en detalle situaciones en las cuales se sentían excepcionalmente bien o mal en relación con sus empleos. Sus respuestas se tabularon y clasificaron, los descubrimientos obtenidos por Herzberg se presentan en la siguiente tabla:

<b>MOTIVADORES</b>	<b>FACTORES DE HIGIENE</b>
Logro	Supervisión
Reconocimiento	Políticas de la compañía
El trabajo en sí mismo	Relación con el supervisor
Responsabilidad	Relaciones de trabajo
Progreso	Salario
Crecimiento	Relación con compañeros
	Vida Personal
	Relación con los subordinados
	Posición
	Seguridad

Muy Satisfecho	Neutral	Muy Insatisfecho
----------------	---------	------------------

Del análisis de estos hallazgos, Herzberg concluyó que las respuestas que las personas dan cuando se sienten bien con respecto a su trabajo difieren de manera significativa de las respuestas que dan cuando se sienten mal. Como se muestra en la figura anterior, ciertas características se relacionan consistentemente con la satisfacción en el empleo (factores a la izquierda de la figura) y otras con la insatisfacción en el trabajo (a la derecha de la figura). Los factores intrínsecos como logro, reconocimiento y responsabilidad están relacionados con la satisfacción en el empleo. Cuando las personas entrevistadas se sentían bien acerca de su trabajo, tendían a atribuir estas características. Cuando estaban insatisfechos, tendían a citar factores intrínsecos como la política de la compañía y su administración, la supervisión, las relaciones interpersonales y las condiciones de trabajo.

Según Herzberg, la información sugiere que lo opuesto a la satisfacción no es la insatisfacción como generalmente se creía. Eliminar características insatisfactorias de un trabajo no necesariamente hace que el puesto sea satisfactorio.

Según dice Herzberg los factores que conducen a la satisfacción en el empleo están separados y son distintos de los que conducen a la insatisfacción en el empleo. Por tanto, los gerentes que buscan eliminar factores que crean insatisfacción en el trabajo pueden generar una armonía en el centro de trabajo pero no necesariamente la motivación. Están pacificando a su fuerza de trabajo más que motivándola. Cuando estos factores son adecuados, las personas no están insatisfechas; sin embargo, tampoco estarán satisfechas. Para motivar a las

personas en sus empleos, Herzberg sugiere concentrarse en los **motivadores**, los factores que incrementan la satisfacción en el trabajo.

Observaciones a la teoría de Herzberg:

- 1) El procedimiento que Herzberg empleaba era metodológicamente limitado. Cuando las cosas van bien, es humano atribuirse el crédito personal. Y culpar del fracaso a factores externos.
- 2) La confiabilidad de la metodología de Herzberg es cuestionable. Ya que los evaluadores tenían que hacer interpretaciones, bien pudieron contaminar sus descubrimientos al interpretar una respuesta de una manera y tratar una respuesta similar de manera diferente.
- 3) No se emplea ninguna medida general de satisfacción. Una persona puede tener desagrado por su puesto y sin embargo considerarlo como aceptable.
- 4) La teoría es inconsistente con investigaciones anteriores ya que ignora variables situacionales.
- 5) Herzberg supone que existe una relación entre la satisfacción y la productividad, pero la metodología de investigación que empleó sólo buscó la satisfacción, no la productividad. Para hacer pertinente esa investigación, debemos suponer una estrecha relación entre la satisfacción y la productividad.

#### Teoría de la existencia, relación y progreso de Alderfer

Clayton Alderfer, llevo a cabo una revisión de la teoría de las necesidades de Maslow, la cual se convertiría en su teoría ERG: Existencia, Relación y Crecimiento (Growth, en inglés). La revisión efectuada por el autor tuvo como

resultante la agrupación de las necesidades humanas en las tres categorías mencionadas.

- 1) Existencia: Agrupa las necesidades más básicas consideradas por Maslow como fisiológicas y de seguridad.
- 2) Relación: Estas necesidades requieren, para su satisfacción, de la interacción con otras personas, comprendiendo las necesidades sociales y el componente externo de la clasificación de estima efectuada por Maslow.
- 3) Crecimiento: Representado por el deseo de crecimiento interno de las personas. Incluyen el componente interno de la clasificación de estima y la de autorrealización.

La teoría ERG no representa solamente una forma distinta de agrupar las necesidades consideradas por Maslow, ya que se distingue de la teoría de este último en los siguientes aspectos:

- La Teoría ERG no considera una estructura rígida de necesidades, en donde debe seguirse un orden correlativo para su satisfacción.
- En contraposición a Maslow, quien considera que las personas permanecen en un determinado nivel de necesidades hasta tanto sean satisfechas, esta teoría considera que si el individuo no logra satisfacer una necesidad de orden superior aparece una necesidad de orden inferior (frustración-regresión).
- Pueden operar al mismo tiempo varias necesidades.
- Variables tales como antecedentes familiares y ambiente cultural pueden alterar el orden de las necesidades, ejemplo de esta situación son culturas como la japonesa que antepone las necesidades sociales a las fisiológicas.

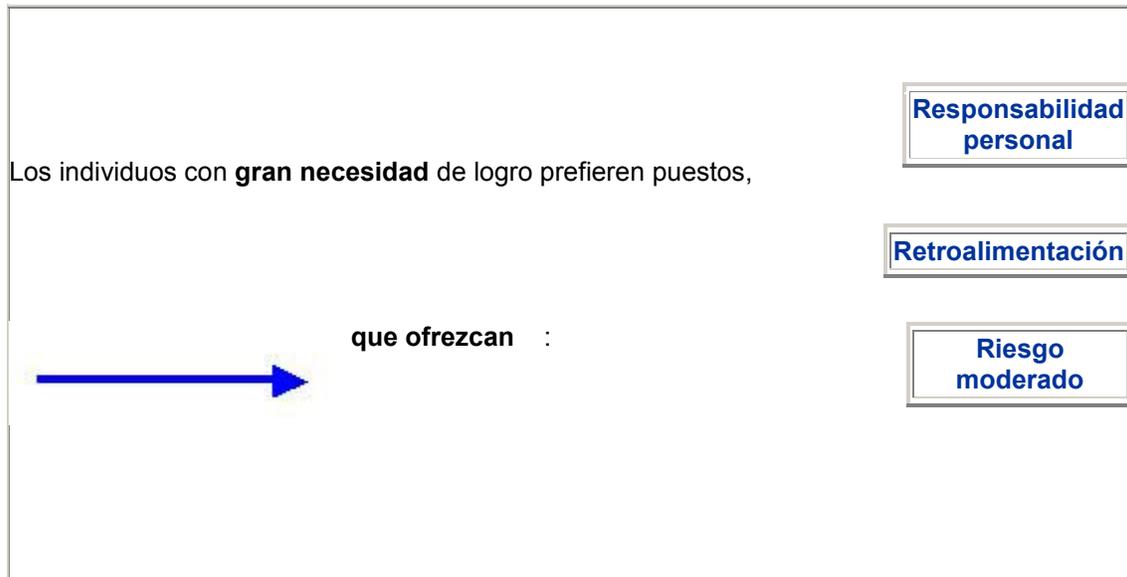
## Teoría de las tres necesidades de McClelland

Con el objeto de entender la motivación este autor clasificó las necesidades en tres categorías:

- 1) Necesidad de logro: Impulso de sobresalir, de luchar por tener éxito. Esta clasificación agrupa a aquellas personas que anteponen en su accionar el éxito en si mismo a los premios, buscan situaciones en las cuales puedan asumir responsabilidades y les disgusta el logro de méritos por azar.
- 2) Necesidad de poder: Necesidad de que otros realicen una conducta que sin su indicación no habrían observado. Las personas que la poseen disfrutan de la investidura de "jefe", tratan de influir en los demás y se preocupan mas por lograr influencia que por su propio rendimiento.
- 3) Necesidad de afiliación: Deseo de establecer relaciones interpersonales. Quienes la poseen prefieren situaciones de cooperación a las de competencia, destacándose las primeras por un alto grado de colaboración.

Algunas personas tienen el fuerte impulso por alcanzar el éxito, pero buscan más el logro personal que las galas y recompensas del éxito. Tienen el deseo de hacer algo mejor personal que las galas y recompensas del éxito. Tienen el deseo de hacer algo mejor o con mayor eficiencia que como se hacía antes. Este impulso es la necesidad de logro. De la investigación relativa a la necesidad de logro, McClelland encontró que las personas con altos resultados se distinguen de los demás por su deseo de hacer las cosas mejor. Buscan situaciones en las cuales puedan asumir responsabilidad personal, encontrar soluciones a los problemas, en los cuales puedan recibir retroalimentación rápida y clara sobre su desempeño con

el fin de saber si están mejorando o no, y en las cuales pueden fijarse metas moderadamente desafiantes. A continuación se presenta una gráfica que representa lo anterior:



McClelland también describió lo siguiente:

- Las personas con grandes resultados no son apostadores: les molesta tener éxito por cuestiones de azar. Prefieren el reto de trabajar en un problema y aceptar la responsabilidad personal del éxito o fracaso, más que dejar el resultado al azar o a las acciones de otros. Un punto importante es que evitan lo que ellos persiguen como demasiado fácil o demasiado difícil.
- Las personas con grandes logros funcionan mejor cuando perciben que su probabilidad de éxito es al menos de un cincuenta por ciento. Les desagrada apostar cuando las posibilidades en contra son altas porque no obtienen ninguna satisfacción al lograr un éxito accidental. De igual manera, les desagradan las posibilidades bajas (alta probabilidad de éxito) porque entonces no hay ningún desafío o sus habilidades. Les agrada fijar metas que les exijan

esforzarse un poco. Cuando hay una oportunidad casi igual de éxito o fracaso, la contemplación como la oportunidad óptima para experimentar la sensación de realización exitosa y la satisfacción por sus esfuerzos.

La necesidad de poder es el que más correlaciona con la eficacia como directivo.

La tercera necesidad aislada por McClelland es la de afiliación, que es el deseo de ser del agrado y aceptado por los demás. Esta necesidad es la que menos atención ha recibido por parte de los investigadores. Los individuos con alta necesidad de afiliación buscan amistades, prefieren situaciones de cooperación más que las de competencia y desean relaciones que impliquen un alto grado de comprensión mutua.

## **TEORÍAS DE PROCESOS**

### **Modelo de expectativas de Vroom**

El modelo motivacional de Víctor Vroom, ha sido a lo largo del tiempo objeto de estudio y mejoramiento por otros autores como Porter y Lawler III. El autor de esta teoría explica que la motivación es el resultado de multiplicar tres factores:

1) Valencia: Demuestra el nivel de deseo de una persona por alcanzar determinada meta u objetivo. Este nivel de deseo varía de persona a persona y en cada una de ellas puede variar a lo largo del tiempo, estando condicionada por la experiencia de cada individuo.

El rango de valores que puede admitir la valencia en esta ecuación matemática es entre  $-1$  y  $1$ . Cuando una persona no quiere llegar a un determinado resultado (Ej. ser despedido de su trabajo) el valor adoptado es  $-1$ , cuando el resultado le es

indiferente (Ej. Compensación en dinero o en ticket) el valor es 0 y cuando la persona pretende alcanzar el objetivo (Ej. Obtener un ascenso) su valor será de 1.

2) Expectativa: Esta representada por la convicción que posee la persona de que el esfuerzo depositado en su trabajo producirá el efecto deseado. Su valor varía entre 0 y 1 ya que la expectativa es la probabilidad de ocurrencia del resultado deseado. Las expectativas dependen en gran medida de la percepción que tenga la persona de si misma, si la persona considera que posee la capacidad necesaria para lograr el objetivo le asignará al mismo una expectativa alta, en caso contrario le asignará una expectativa baja.

3) Instrumentalidad: Esta representada por el juicio que realiza la persona de que una vez realizado el trabajo, la organización lo valore y reciba su recompensa. El valor de la instrumentalidad será entre 0 y 1.

Funcionamiento del modelo:

El modelo no actúa en función de necesidades no satisfechas o de la aplicación de recompensas y castigos, si no por el contrario considera a las personas como seres pensantes cuyas percepciones y estimaciones de probabilidades de ocurrencia influyen de manera importante en su comportamiento.

Como el modelo es la expresión matemática del resultado de multiplicar los valores asignados a la valencia, expectativa e instrumentalidad, se considera que un incentivo sencillo es más motivante que uno complejo, ya que la incertidumbre que pueda causar este último no le permita a la persona relacionar el esfuerzo a realizar con la probabilidad de alcanzar el objetivo.

Este modelo se encuentra muy relacionado con el de la modificación de la conducta, debido a que los gerentes pueden utilizar la información obtenida acerca de las valencias asignadas a las recompensas por los empleados, con el objeto de accionar a posteriori sobre sus conductas.

### Modelo de equidad de Stacy Adams

Los modelos expuestos hasta el momento analizan al hombre en forma aislada, como si este no formara parte de una organización por mas pequeña que sea y como si esta a su vez no formara parte de un contexto con el cual el hombre se relaciona. El modelo que se explica a continuación subsana la omisión indicada, demostrando el efecto que produce sobre la motivación, a favor y en contra, la capacidad de las personas para efectuar comparaciones con el ambiente interno y externo que lo rodea.

Stacy Adams considera que a los empleados además de interesarles la obtención de recompensas por su desempeño, también desean que estas sean equitativas, lo que transforma en mas compleja la motivación. Es decir existe una tendencia a comparar los aportes (esfuerzo) y resultados (recompensas), pero además a realizar comparaciones con otras personas ya sea de la organización o no.

Si el valor de la relación aporte/resultados que la persona percibe es igual a la de otras personas, considerará que la situación es equitativa y no existirá tensión alguna.

En caso que de la comparación surja que el empleado se considere excesivamente recompensado, este tratará de compensar ese exceso con

conductas tales como trabajar con más intensidad, influir en sus compañeros y dependientes de la misma forma, etc.

Aquellos empleados que desarrollen sentimientos de desigualdad, se encontrarán ante una situación de tensión que intentarán eliminar o reducir de muy diversas formas. Ej. Reducción de esfuerzo, solicitud de mayor pago, ausentismo, impuntualidad, robos, etc.

La capacidad de los gerentes y administradores para manejar estas situaciones depende de la posibilidad de analizar para cada empleado la sensibilidad que estos poseen respecto de la equidad. Es decir hay empleados que pueden ser mas "sensibles" y otros mas "benevolentes". Identificar los empleados que entran en cada categoría ayudaría a los gerentes a identificar quienes podrían experimentar desigualdad ante una situación dada y en que medida podría afectar a sus comportamientos.

#### Teoría de la modificación de la conducta de B. F. Skinner

B.F. Skinner, dice que todos somos producto de los estímulos que recibimos del mundo exterior. Si se especifica lo suficientemente el medio ambiente, se pueden predecir con exactitud las acciones de los individuos. La afirmación contenida en el párrafo precedente es de difícil aplicación en su integridad debido a que no se puede especificar el medio ambiente en forma tan completa como para poder predecir comportamientos. A pesar de la crítica efectuada a su trabajo, sobresale del mismo el concepto de "refuerzo positivo".

El refuerzo positivo consiste en las recompensas por el trabajo bien efectuado, produciendo cambios en el comportamiento, generalmente, en el sentido deseado. No solo forma el comportamiento, si no que además enseña.

El refuerzo negativo esta constituido por las amenazas de sanciones, que en general produce un cambio en el comportamiento pero en forma impredecible e indeseable. El castigo producido como consecuencia de una conducta indebida no implica la supresión de hacer mal las cosas, ni tampoco asegura que la persona esté dispuesta a comportarse de una forma dada, a lo sumo puede aprender a evitar los castigos. El autor de esta teoría propone como ejemplo el caso de una persona que es objeto de castigo por no tratar bien al cliente. El solo castigo no enseña a la persona la forma en que debe atender a un cliente, pero si es probable que aprenda a evitar el contacto con la clientela (conducta de escape).

Los entendidos en el tema consideran que los gerentes y administradores conocen muy poco acerca del refuerzo positivo y que este podría ser utilizado para interesar las actividades a las personas. Oros autores consideran que el mejor factor para lograr un alto desempeño es la motivación intrínseca, la cual se opondría a la teoría del refuerzo. Una postura intermedia considera que ambas posturas se complementan.

Existe también lo que se denomina práctica del no refuerzo que es una forma de condicionar la conducta de un trabajador. Si un empleado esta constantemente quejándose de su trabajo y no se le hace caso ni se le recompensa, es muy probable que el empleado deje finalmente de quejarse.

## **TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN**

### IMPORTANCIA DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Hoy en día las Pequeñas y Medianas Empresas tienen la necesidad de ganar terreno y tener una presencia en los mercados internacionales, pero esto implica un crecimiento organizacional y un desarrollo de habilidades informáticas que permitan la creación y evolución de diferentes sistemas que apoyen al posicionamiento de las empresas en el mercado nacional como internacional. La promoción de la cultura tecnológica entre los empresarios es de vital importancia, ya que en la actualidad se tiene la creencia de que la tecnología es un gasto más que una inversión.

Es necesario que las empresas cuenten con sistemas completamente concisos que no den lugar al error y así asegurar la completa satisfacción de los clientes. Estos sistemas deben de estar basados en manuales de procedimientos y sistemas de calidad, para poder ofrecer al cliente un producto con estándares internacionales. Dichos sistemas ofrecen a las empresas una solución al crecimiento acelerado de los mercados internacionales brindando un conjunto de aplicaciones de software que permiten automatizar e integrar desde procesos financieros hasta procesos de manufactura y distribución; sus funciones están relacionadas entre sí y están enfocadas a optimizar los procesos, que aun cuando no son parte de la misión de la empresa no podría subsistir si ellos, como procesos contables, de recursos humanos, inventarios, permitiéndole enfocar los recursos tanto materiales como humanos a cumplir la misión de la empresa.

Con la implementación de estos sistemas es necesario que la empresa comience a ver la proyección de la misma por medio del desarrollo del E-Business (Comercio Electrónico). México esta logrando un papel importante en el desarrollo de las PYMES al permitirles desarrollarse de una manera efectiva y competitiva.

Hoy en día el rápido crecimiento y la complejidad que ofrecen las tecnologías Web han sido un reto muy grande para los administradores de la tecnología. El comercio basado en Internet es percibido generalmente como la nueva lógica empresarial utilizada en un mundo sin límites. Un mundo caracterizado por la velocidad, el cambio, la interactividad y la conectividad. En este entorno comercial global, los modelos de E-Business aparecen como la idea central para reorganizar la manera de hacer negocios hoy en día.

Uno de los mayores problemas a los que se enfrentan las PYMES hoy en día es el choque cultural tecnológico dentro de la empresa, ya que en la actualidad algunas empresas fueron fundadas hace tiempo y tienen la idea de que si su empresa da resultados así como está, para qué molestarse en cambiar. Otro problema es el económico, debido a que las PYMES tienen la creencia de que estas herramientas son muy caras o solo lujos, y no lo ven como inversión.

### EL DESARROLLO DE SISTEMAS EN MÉXICO

La competencia en la industria mundial de software se distingue por el papel de liderazgo que han logrado diferentes países en vías de desarrollo. Ante este panorama, en México, diferentes agentes tales como el gobierno, la industria, la academia y analistas, se han cuestionado sobre qué oportunidades tiene nuestro país para generar un caso de éxito semejante. Actualmente existen ya diversas

iniciativas que con suerte nos llevarán a encontrar nuestro espacio y lugar en esta ya competida industria internacional del software. Una de estas iniciativas es el PROSOFT, de la Secretaría de Economía (SE), que es el programa del gobierno federal que promueve el desarrollo de la Industria de Software y que conjunta a entidades gubernamentales federales, estatales, a la academia (entidades educativas relacionadas al ramo) y a la iniciativa privada. Una de las tareas de dicho programa es hacer ver a los empresarios mexicanos que muchas de las tecnologías de información que existen en la actualidad están adaptándose tanto a las medianas como a las pequeñas y micro empresas, por lo que se están convirtiendo en herramientas al alcance de prácticamente cualquier negocio o empresa.

A dos años de la puesta en marcha del Programa para el Desarrollo de la Industria del Software (Prosoft), el esquema prácticamente ha duplicado sus resultados en cuanto al número de entidades federativas participantes, empresas y proyectos atendidos, lo que propiciará su continuidad.

De acuerdo con información proporcionada por la SE, 1151 empresas han sido respaldadas por el Prosoft y al cierre de la primera quincena de septiembre de 2006, 54 empresas fueron de reciente creación. En cuanto a las fuentes de trabajo generadas, éstas sumaron 2593 nuevos empleos, en tanto que otros 3666 mejoraron en lo que se refiere a su nivel o remuneración salarial. En la actualidad, los organismos promotores del Prosoft son: Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de la Información (AMITI), Asociación Mexicana Empresarial de Software (AMESOL), Asociación Mexicana para la Calidad en la

Ingeniería de Software (AMCIS) y la Cámara Nacional de la Industria Electrónica (CANIETI).

### IMPORTANCIA DE LAS MIPYMES EN MÉXICO

Actualmente en nuestro país existe la enorme necesidad de desarrollar el potencial emprendedor para impulsar la creación de nuevas empresas y fortalecer así la creación de empleos y el desarrollo social y económico de la comunidad.

La importancia radica principalmente en que las empresas generan empleos y éstos aumentan la calidad de vida de las personas al distribuir la riqueza del país.

En particular las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de nuestro país cargan aún más con esta responsabilidad, ya que soportan más del 60% de la generación de empleos nacionales.

Es tan constante la creación y cierre de este tipo de empresas que ni el INEGI cuenta con una cifra exacta sobre las MIPYMES, pero la cifra aceptada es de 2.6 millones.

### SISTEMAS DE INFORMACIÓN APLICADOS A MIPYMES

Comencemos por definir primeramente que es un sistema de información como tal. Tello (2003) dice que: "Un sistema es un conjunto de componentes que interaccionan entre si para lograr un objetivo en común". Cabe señalar que en dicho sistema debe existir una lógica entre sus partes, es decir, que todos los elementos del sistema deben estar ligados y controlados de manera que se logre el objetivo del sistema.

Y ¿cuál es el objetivo del sistema? el mismo objetivo de la estrategia de negocios.

Y ¿qué es la estrategia de negocio?, es el plan global de la empresa que debe comprender la misión, visión, alcance y objetivos a largo, mediano y corto plazo

(por supuesto basados en los recursos humanos, tecnología, capacidad económica y financiera de la empresa, etc.); además de comulgar con la cultura organizacional que se tiene o pretende lograr en la organización.

## **CAPÍTULO II**

### **M É T O D O**

Hoy en día las pequeñas y medianas empresas tienen la necesidad de ganar terreno y tener una presencia en los mercados internacionales, pero esto implica un crecimiento organizacional y un desarrollo de habilidades informáticas que nos permitan la creación y evolución de diferentes sistemas que apoyen a los tomadores de decisiones para lograr el posicionamiento de las empresas en el mercado nacional como internacional. La promoción de la cultura tecnológica entre los empresarios es de vital importancia, ya que en la actualidad se tiene la creencia de que la tecnología es una inversión más que un gasto. Es por tal motivo que “México está logrando un papel importante en el desarrollo de las PYMES al permitirles desarrollarse de una manera efectiva y competitiva” (Castañeda, 2003).

Uno de los mayores problemas a los que se enfrentan las PYMES hoy en día es el choque “cultural-tecnológico” que se tiene dentro de las mismas, pues a medida que la empresa va creciendo, se va restando la importancia o la atención al factor humano que compone la base sobre la cual se cimenta la organización en si y que a su vez es el resultado de la atención que se brinde sobre los factores de motivación para lograr los objetivos de la compañía.

La motivación como se puede observar será entonces el factor determinante para que una empresa logre sus mayores objetivos: posicionar su nombre, lograr altos estándares de producción y calidad, ser competitiva, etc.

Partiendo de la premisa anterior, tenemos que la definición más simple para explicar la motivación es aquella que conceptualice la interacción de un individuo y una situación determinada, es decir, la motivación será representada por la disposición que muestra el sujeto a responder de una determinada manera ante un situación grata o no grata para satisfacer una necesidad condicionada a dicho escenario.

Laboralmente hablando, deducimos entonces que la motivación tiene que ser entendida como “la disposición de un individuo para esforzarse en lograr las metas de la organización, con la condición de que esta habilidad para trabajar satisfaga sus propias necesidades” (De Cenzo / Robbins 2001).

Debido a la importancia que la motivación representa entonces para el crecimiento y sustentación de las empresas, es importante conocer las causas o factores que pueden ser motivantes para que los empleados presenten su mejor y mayor esfuerzo dentro de su área de trabajo (sistemas), identificando, de ser posible, al factor que represente ser el principal motivador dentro de dichas compañías. Por lo tanto se plantea el siguiente problema.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Los factores de motivación que existen laboralmente hablando (de acuerdo a la escala MPS) influyen de igual forma (intensidad) en el desempeño objetivo y productivo de los consultores empleados en las pequeñas y medianas empresas dedicadas al desarrollo de sistemas en el Distrito Federal?

## **JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO**

Esta investigación es importante para conocer cuáles son los factores que influyen mayormente en motivar a los empleados de la población muestra y sobre todo para conocer si existe alguno en particular que pueda ser tomado como el principal agente para lograr motivar a los sujetos de estudio y en base a lo anterior poder prevenir a futuro que la gente se desmotive, o bien para crear futuros planes de desarrollo organizacional que impliquen una mejora dentro de las organizaciones.

### **OBJETIVO GENERAL**

Conocer e identificar los principales factores que fomentan que exista motivación laboral en los empleados de las pequeñas y medianas empresas dedicadas al desarrollo de sistemas, así como verificar si existe algún factor en común que pueda ser contemplado como el que se presenta consensualmente dentro de la población estudiada.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar qué factores específicamente, de acuerdo a la escala MPS, son los que fomentan mayormente la existencia de motivación en los empleados de las pequeñas y medianas empresas dedicadas al desarrollo de sistemas en el Distrito Federal.
2. Determinar cuál de dichos factores es el que potencializa mayormente la existencia de la motivación en los empleados de la población estudiada.

3. Distinguir si existe algún factor que pueda ser considerado como concurrente dentro de los sujetos de estudio y por ende ser tomado en cuenta como el principal detonante de la motivación dentro de la muestra.
4. Lograr la comprobación de las hipótesis propuestas.
5. Ofrecer información que contribuya a futuras investigaciones relacionadas con el objeto y/o población de estudio.
6. Ofrecer una base para la posterior programación de investigaciones o planes de mejora organizacional acerca de los problemas concernientes a la motivación laboral en la población sujeto de estudio.
7. Proporcionar los elementos suficientes para elaborar futuros planes de motivación laboral (clima organizacional) dentro de las empresas relacionadas con el desarrollo de sistemas.

### **HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El factor de Autodesarrollo contemplado en la escala MPS es el principal factor de motivación que afecta significativamente a la población muestra.

### **HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

H1: El factor de Poder contemplado en la escala MPS es el factor de motivación que afecta en menor grado a la población de estudio.

H2: Dentro de los seis factores considerados dentro de la Escala MPS (Aceptación e Integración Social, Reconocimiento Social, Autoestima/Autoconcepto, Autodesarrollo, Poder y Seguridad), existe un factor

que es el de mayor concurrencia y por ende la “media” que representa el fin común que persiguen y motivan a los empleados de la población muestra.

H3: El factor de Autodesarrollo es de igual importancia tanto para el sexo femenino como masculino.

H4: El factor de Autodesarrollo tiene una correlación de igual significancia en el espectro total de edades en la muestra (para el espectro 23 a 32 años por igual).

## **VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

- Factor Aceptación e Integración Social
- Factor Reconocimiento Social
- Factor Autoestima/Autoconcepto
- Factor Autodesarrollo
- Factor Poder
- Factor Seguridad

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

- Nivel de Activación Motivacional
- Nivel de Expectativa
- Nivel de Ejecución
- Valor de los Incentivo
- Nivel de Satisfacción

### **VARIABLE ATRIBUTIVA**

- Sexo
- Edad

## **DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Factor Aceptación e Integración Social: Mide la necesidad de relaciones afectivas (de diferente índole) con otras personas. (MPS)

Factor Reconocimiento Social: Mide si la persona busca aprobación social y estima por parte de los demás, tanto por sus esfuerzos como por su valía personal. Tiende a buscar prestigio personal y profesional. (MPS)

Factor Autoestima/Autoconcepto: Está relacionado con la valoración personal y confianza en sí mismo. (MPS)

Factor Autodesarrollo: Se trata de medir la necesidad y tendencia humana a desarrollar las capacidades personales, realizar proyectos y proponerse nuevas metas en la vida. Incluye motivos de logro, realización, expresión creativa y de desarrollo de la propia iniciativa. (MPS)

Factor Poder: Se trata de la preocupación (a veces excesiva) que la persona tiene por conseguir prestigio y éxitos profesionales y, al mismo tiempo, de buscar los medios y condiciones para influir y dirigir a otras personas. (MPS)

Factor Seguridad: Se trata de buscar estabilidad psíquica en base a las circunstancias que le rodean: familiares, laborales y sociales. (MPS)

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

Nivel de Activación Motivacional: Se considera como el factor motivante o acción activadora de la conducta. Se trata de elementos impulsivos hacia la acción, pero no direccionales. Alude al estado de alerta y/o activación general "arousal" que determinan el comportamiento en orden a la consecución de unas metas. (MPS)

Nivel de Expectativa: Anticipación cognitiva por parte del sujeto acerca de la probabilidad de alcanzar un éxito (o fracaso) en una determinada tarea. Probabilidad percibida de que haciendo un determinado esfuerzo se alcanzará un determinado incentivo o recompensa. (MPS)

Nivel de Ejecución: Cantidad de esfuerzo que un individuo pone en práctica en la consecución de unas metas. Desempeño de las tareas en una situación dada. Relación entre el nivel de activación, el valor de la recompensa y la eficacia. (MPS)

Valor de los incentivos: Se trata de la valoración atribuida a hechos, acciones y situaciones que pueden motivar la conducta o la importancia que el sujeto atribuye o concede a ciertos factores externos. (MPS)

Nivel de Satisfacción: Se refiere al grado según el cual los incentivos corresponden o superan el nivel de aspiración y que el individuo juzga justo o inadecuado. (MPS)

## **VARIABLE ATRIBUTIVA**

Sexo: División biológica de los animales y los organismos humanos con base en su papel reproductivo (Colman, 1993)

Edad: Desarrollo mental o anatómico de una persona que se mide por el número de años (Colman, 1993)

## **DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Factor Aceptación e Integración Social, Factor Reconocimiento Social, Factor Autoestima/Autoconcepto, Factor Autodesarrollo, Factor Poder y Factor Seguridad: Son las respuestas a la Escala de Motivaciones Psicosociales (MPS)

## **VARIABLE DEPENDIENTE**

Nivel de Activación Motivacional, Nivel de Expectativa, Nivel de Ejecución, Valor de los Incentivos y Nivel de Satisfacción: Son los aspectos que se evalúan a través de la escala MPS.

## **VARIABLES ATRIBUTIVAS**

Sexo: Femenino y Masculino

Edad: entre 23 y 32 años

## **POBLACIÓN ESTUDIADA**

De una población de 200 empleados de una empresa PYME de desarrollo de sistemas en el Distrito Federal, se obtuvo una muestra de consultores de ambos sexos con edades entre los 23 y 32 años y que se encuentran laborando actualmente.

## **TIPO DE MUESTRA**

El tipo de muestra es probabilística, ya que la elección de los sujetos de estudio fue al azar y aleatoriamente, aún cuando se buscó que para esta investigación los sujetos cumplieran con ser consultores pertenecientes a una PYME y tener entre 23 y 32 años de edad.

## **TIPO DE ESTUDIO**

De acuerdo con el periodo en que se capta la información, el presente estudio es Prospectivo, ya que la información se recoge de acuerdo con los criterios del

investigador y para los fines específicos de la investigación (Méndez, Namihira, Moreno, Sosa, 2004).

## **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado, el estudio es de tipo transversal, ya que se mide una sola vez la o las variables en un momento dado, sin pretender evaluar la evolución de esas unidades (Méndez, Namihira, Moreno, Sosa, 2004).

De acuerdo con la comparación de los datos, el estudio es de tipo comparativo, ya que existen más de dos variables que se quieren comparar como generadoras de motivación laboral (Méndez, Namihira, Moreno, Sosa, 2004).

## **SUJETOS**

Consultores de desarrollo de sistemas empleados en empresas PYMES con una edad de 23 a 32 años, tanto de sexo femenino como masculino hasta completar 20 aplicaciones.

## **INSTRUMENTO**

Nombre: Escala de motivaciones Psicosociales (MPS)

Autor: Fernández Seara J.L.

Objetivo: Evaluación de seis factores y cinco componentes de las motivaciones psicosociales en el mundo laboral.

Aplicación: Individual y Colectiva

Tiempo de aplicación: Variable, de 20 a 30 minutos.

Edad de aplicación: Adultos, de 18 años en adelante.

La escala contiene un total de 173 reactivos dentro de los cuales la primera parte (reactivo 1 al 126) se contesta seleccionando entre las opciones de verdadero y falso. La segunda parte (reactivos del 127 al 147) se contestan de acuerdo a si es de interés para el sujeto otorgándole una calificación de 2=normal, 3=mucho y 4=muchísimo. En la tercera y última parte (reactivos del 148 al 173) también se contestan de acuerdo a si es de interés para el sujeto otorgándoles una calificación de 1=alguna, 2=normal, 3=mucha y 4=muchísima).

Forma de calificación de la prueba: Mediante plantillas específicas para cada uno de los seis factores de motivación laboral. Dichas plantillas evalúan cada uno de los componentes de medida de la conducta (activación, expectativa, ejecución, incentivos y satisfacción) quedando las puntuaciones de la siguiente forma:

Para el Factor AS (Aceptación e integración social):

ACTIVACIÓN	
2 PUNTOS	1 13 19 25 31 37 47 50 51 51
	V V V V V V V V V V
1 PUNTO	7 43
	V V

EXPECTATIVA	
2 PUNTOS	52 58 64 70 73 78 81 83
	V V V V V V V V

EJECUCIÓN	
2 PUNTOS	84 96 102 108 114 121
	F V V V V V
1 PUNTO	90 119 123
	V V V
MENOS 1 PUNTO	102 108 121 123
	F F F F
MENOS 2 PUNTOS	84 96 114
	V F F

INCENTIVOS	
SUMA DE REACTIVOS	127 128 129 130 131 132

SATISFACCIÓN	
SUMA DE REACTIVOS	154 159 161 162 172 173

Para el factor RS (Reconocimiento Social):

ACTIVACIÓN	
2 PUNTOS	8 20 25 26 32 44 47 48
	V V V V V V V V
1 PUNTO	2 14 38
	V V V

EXPECTATIVA	
2 PUNTOS	53 64 65 71 75 79 82
	V V V V V V V
1 PUNTO	59
	V

EJECUCIÓN	
2 PUNTOS	84 85 91 97 103 109
	F V V V V V
1 PUNTO	90 125 126
	V V V
MENOS 1 PUNTO	109
	F
MENOS 2 PUNTOS	84 85 91 103
	V F F F

INCENTIVOS	
SUMA DE REACTIVOS	127 129 130 131 133 134 135 136 138 139 140 144

SATISFACCIÓN	
SUMA DE REACTIVOS	148 149 155 156 158 163 164 165 166 168 169 171

Para el factor AC (Autoestima/Autoconcepto):

ACTIVACIÓN	
2 PUNTOS	2 3 15 20 21 27 33 38 43
	V V V V V V V V V
1 PUNTO	9
	V

EXPECTATIVA	
2 PUNTOS	53 66 69 71 72 76 80
	V V V V V V V
1 PUNTO	55 60
	V V

EJECUCIÓN	
2 PUNTOS	86 92 98 104 115 120
	V V V V V F
1 PUNTO	110 122 124 126
	V V V V
MENOS 1 PUNTO	86 104 110 122 126
	F F F F F
MENOS 2 PUNTOS	92 115 120
	F F V

INCENTIVOS	
SUMA DE REACTIVOS	127 129 130 131 133 134 135 136 138 139 144 145

SATISFACCIÓN	
SUMA DE REACTIVOS	148 149 156 158 163 164 165 166 167 168 169 171

Para el factor AD (Autodesarrollo):

ACTIVACIÓN	
2 PUNTOS	3 10 12 15 16 22 28 34 40
	V V F V V V F V V
1 PUNTO	2 4
	V V

EXPECTATIVA	
2 PUNTOS	54 61 67 70 78 80 82
	V V V V V V V
1 PUNTO	74 77
	V V

EJECUCIÓN	
2 PUNTOS	87 93 99 102 105 116 122
	V V V V V V V
1 PUNTO	111 120 124 126
	F F V V
MENOS 1 PUNTO	93 99 102 105 111 122
	F F F F V F
MENOS 2 PUNTOS	87 116 120
	F F V

INCENTIVOS	
SUMA DE REACTIVOS	127 128 133 134 135 136 137 139 140 141 142 143

SATISFACCIÓN	
SUMA DE REACTIVOS	149 150 151 155 156 157 158 163 164 165 166 168

Para el factor PO (Poder):

ACTIVACIÓN	
2 PUNTOS	3 5 17 23 24 29 32 35 45
	V V V V V V V V V
1 PUNTO	11 41
	V V

EXPECTATIVA	
2 PUNTOS	56 61 62 66 68 78 79 82
	V V V V V V V V

EJECUCIÓN							
2 PUNTOS	88	94	100	106	112	117	124
	V	V	V	V	V	V	V
1 PUNTO							
MENOS 1 PUNTO	88	94	100	112	117		
	F	F	F	F	F		
MENOS 2 PUNTOS	106	124					
	F	F					

INCENTIVOS						
SUMA DE REACTIVOS	127	133	135	138	144	145

SATISFACCIÓN						
SUMA DE REACTIVOS	148	152	153	166	168	169

Para el factor SE (Seguridad):

ACTIVACIÓN						
2 PUNTOS	6	12	16	18	33	50
	V	V	F	V	V	V
1 PUNTO	27	30	36	42	46	49
	V	V	V	V	V	V

EXPECTATIVA						
2 PUNTOS	57	63	67	69	79	82
	V	V	V	V	V	V
1 PUNTO	61	72	76	81		
	V	V	V	V		

EJECUCIÓN						
2 PUNTOS	89	91	95	97	107	114
	V	V	V	V	V	V
1 PUNTO	101	113	118			
	V	V	V			
MENOS 2 PUNTOS	89	91	107	114		
	F	F	F	F		

INCENTIVOS						
SUMA DE REACTIVOS	128	132	138	143	146	147

SATISFACCIÓN						
SUMA DE REACTIVOS	148	154	160	168	169	170

Finalmente una vez asignadas las puntuaciones directas, se utilizó la tabla de baremos en centiles de la población total de la Escala MPS para obtener la puntuación centil y proceder a la graficación de los resultados.

## **ESCENARIO**

En el presente estudio no se contó con un escenario definido, ya que la aplicación fue de forma masiva no presencial (vía Web).

## **PROCEDIMIENTO**

Se procedió a transcribir la Escala de Motivaciones Psicosociales a un formato en Excel para poder ser enviada a los consultores quienes laboran en consultoría de desarrollo de sistemas.

Se envió un formato con el cuadernillo de respuesta y otro con las instrucciones de la Escala para resolver el instrumento.

Una vez aclaradas las dudas, los consultores procedieron a contestar sus pruebas marcando su opción de respuesta y una vez terminado lo anterior se pidió reenviaran sus cuadernillos vía correo electrónico.

Posterior a la recepción se verificó cada uno de los cuestionarios con el fin de corroborar que estuvieran debidamente llenados y no faltara ningún dato.

## **ANÁLISIS DE DATOS**

Este fue procesado mediante Excel mediante la creación de un machote para la calificación estadística de los cuestionarios, en el cual se pudiera ver reflejada la media de respuestas para cada uno de los seis factores considerados dentro del MPS, así como de la subdivisión de los componentes de medida de la conducta para cada uno de ellos.

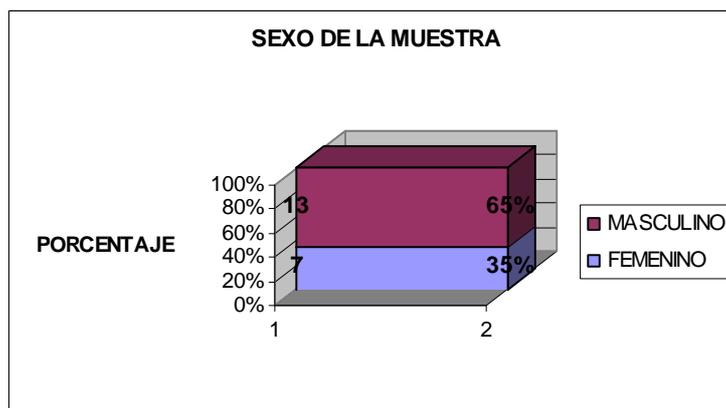
### CAPÍTULO III

## RESULTADOS

La presente investigación trabajó con una muestra probabilística en el Distrito Federal, los sujetos de la misma pertenecen a una Empresa de nivel medio (perteneciente a las PYMES) a los cuales se les aplicó la Escala de Motivaciones Psicosociales para conocer los distintos factores de activación motivacional.

En cuanto a la muestra, no se clasificó por sexo, ya que la escala MPS contempla para su interpretación baremos centiles de la población total. Sin embargo, cabe mencionar que dentro del rubro de desarrollo de software la población de sexo masculino es la que impera en pequeñas y medianas empresas (dentro de la muestra contemplada existieron 7 sujetos del sexo femenino y 13 del sexo masculino, representando las mujeres un 35% y los hombres un 65% de la muestra total).

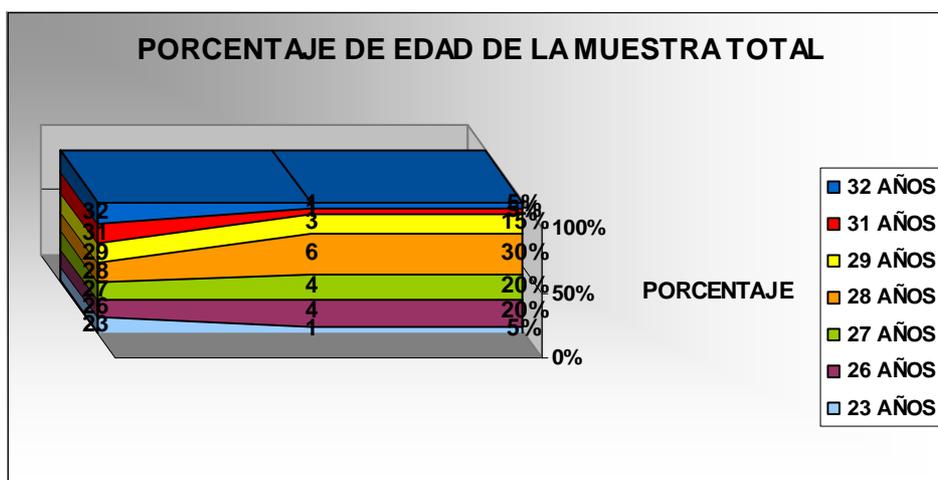
Ver gráfica 1.



SEXO	SUJETOS	PORCENTAJE
FEMENINO	7	35%
MASCULINO	13	65%

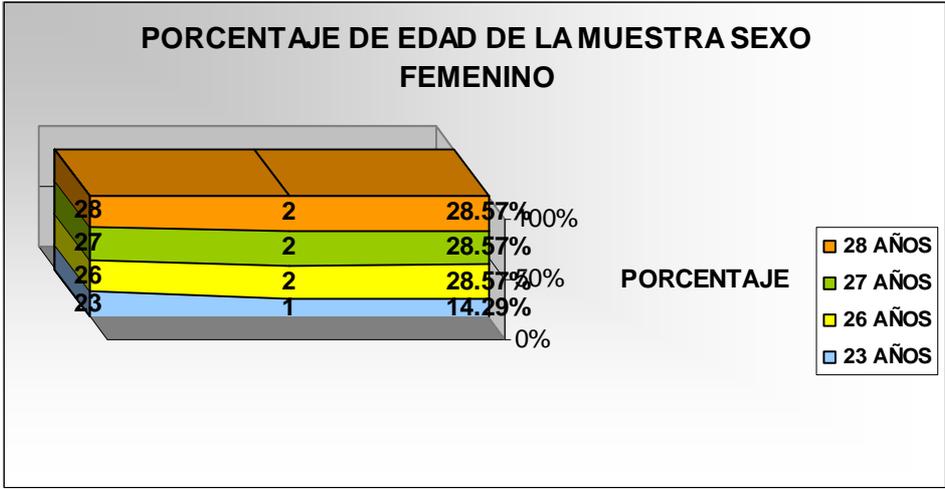
Gráfica 1

En cuanto a la edad de la muestra, se contemplaron sujetos que se encontraran dentro del rango de 23 a 32 años, pertenecientes a la edad adulta temprana, por lo que la media de edad para la muestra fue de 27.5 años. El porcentaje de cada una de las edades se encuentra a continuación tanto para la muestra total (Gráfica 2), como por sexo (Gráfica 3 y 4).



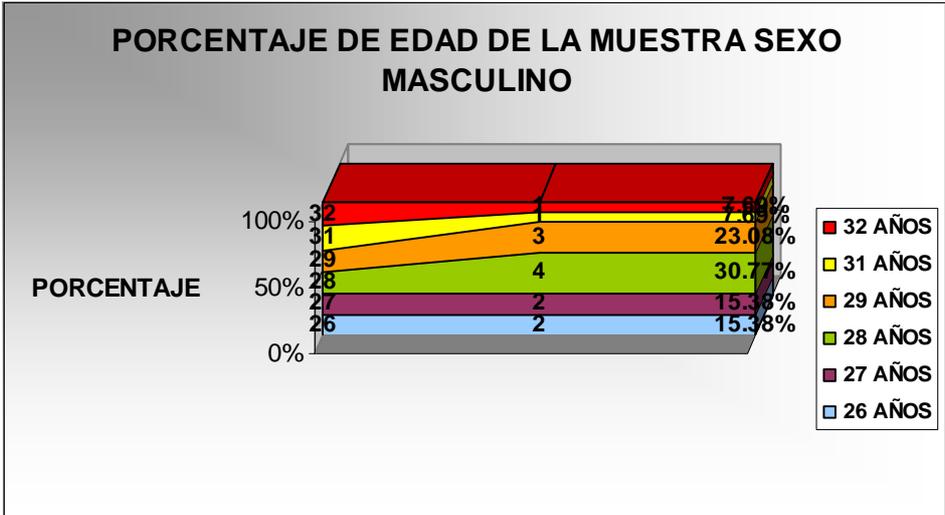
EDAD	SUJETOS	PORCENTAJE
23	1	5%
26	4	20%
27	4	20%
28	6	30%
29	3	15%
31	1	5%
32	1	5%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Gráfica 2**



MUJERES		
EDAD	SUJETOS	PORCENTAJE
23	1	14.29%
26	2	28.57%
27	2	28.57%
28	2	28.57%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Gráfica 3



<b>HOMBRES</b>		
<b>EDAD</b>	<b>SUJETOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
26	2	15.38%
27	2	15.38%
28	4	30.77%
29	3	23.08%
31	1	7.69%
32	1	7.69%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

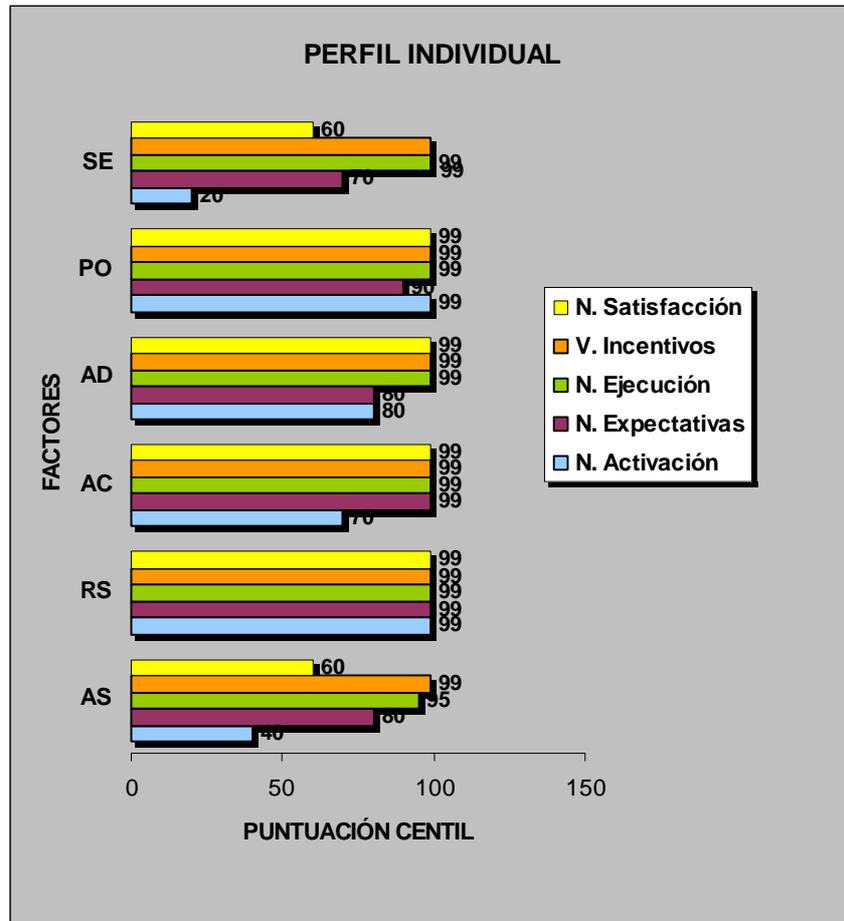
**Gráfica 4**

A continuación se muestran los resultados individuales de la Escala MPS por cada uno de los sujetos:

**Sujeto 1**

Sexo: Femenino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	14	80	13	95	21	99	15	60
RS	17	99	15	99	14	99	38	99	36	99
AC	13	70	14	99	16	99	38	99	36	99
AD	16	80	13	80	11	99	40	99	35	99
PO	20	99	12	90	11	99	19	99	19	99
SE	10	20	11	70	14	99	19	99	13	60

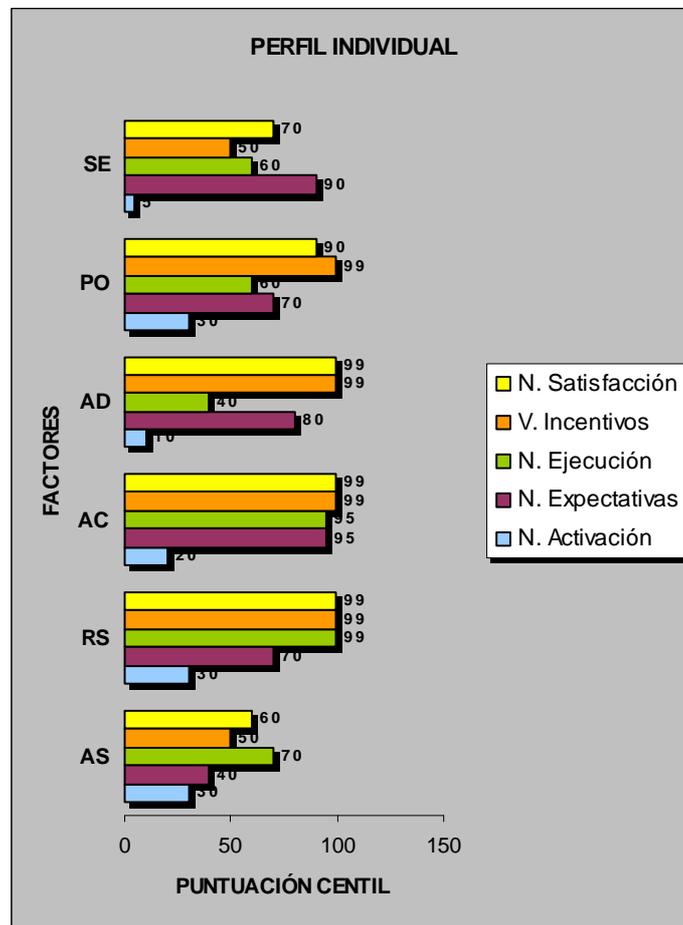


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 1: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante para el tipo de valores de incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la activación, expectativas, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel expectativas, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la activación, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución y los incentivos (99%).

## Sujeto 2

Sexo: Masculino Edad: 29 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	10	30	10	40	10	70	13	50	12	60
RS	9	30	11	70	14	99	34	99	32	99
AC	7	20	13	95	14	95	33	99	33	99
AD	9	10	13	80	3	40	35	99	33	99
PO	11	30	8	70	2	60	16	99	12	90
SE	7	5	14	90	7	60	9	50	14	70

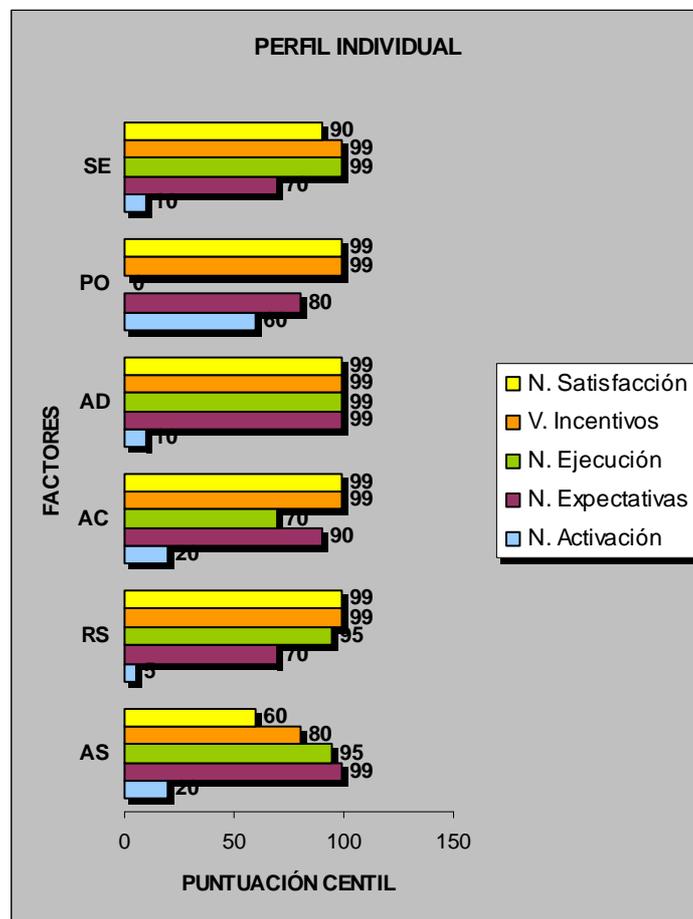


En el sujeto 2 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante para la ejecución (70%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el nivel de expectativas (90%).

### Sujeto 3

Sexo: Femenino Edad: 26 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	8	20	16	99	13	95	18	80	14	60
RS	6	5	11	70	13	95	30	99	33	99
AC	7	20	12	90	11	70	29	99	34	99
AD	9	10	16	99	13	99	30	99	33	99
PO	9	60	10	80	-6	0	14	99	16	99
SE	8	10	12	70	13	99	17	99	17	90

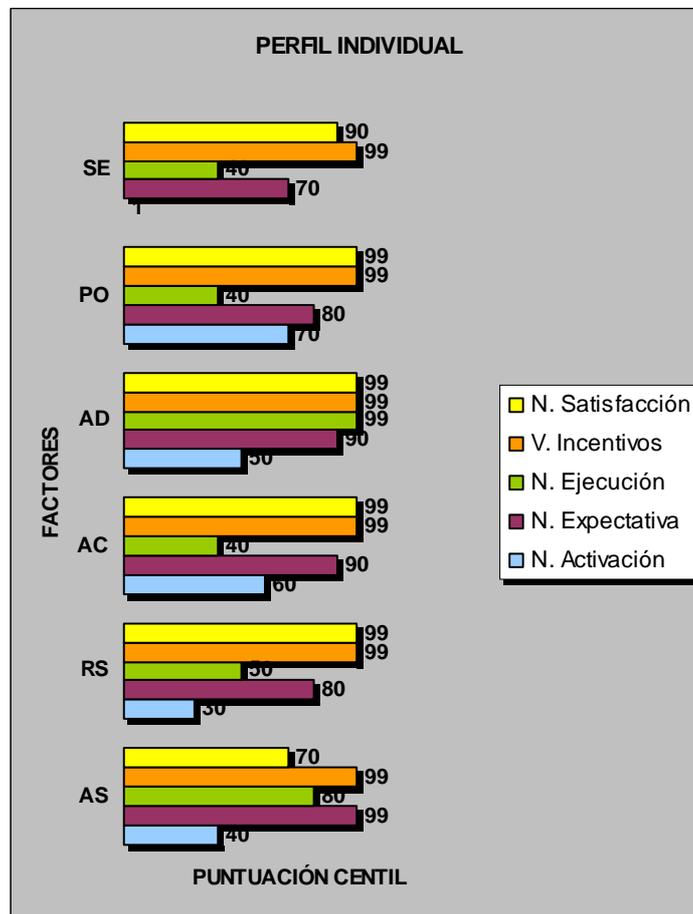


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 3: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel expectativas (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel expectativa, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución y los incentivos (99%).

**Sujeto 4**

Sexo: Masculino Edad: 27 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	16	99	11	80	34	99	16	70
RS	9	30	12	80	8	50	72	99	41	99
AC	11	60	12	90	8	40	48	99	39	99
AD	13	50	14	90	13	99	61	99	47	99
PO	11	70	10	80	1	40	22	99	19	99
SE	4	1	12	70	5	40	23	99	18	90

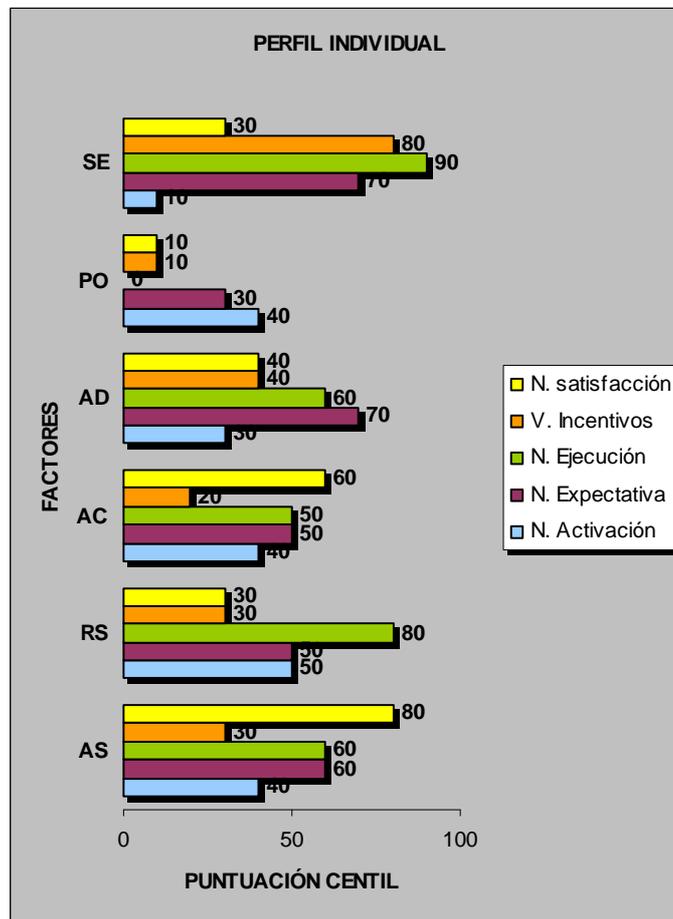


En el sujeto 4 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la expectativa y el tipo de incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la satisfacción y el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el valor de incentivos (90%).

**Sujeto 5**

Sexo: Masculino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	12	60	9	60	10	30	17	80
RS	11	50	9	50	11	80	13	30	13	30
AC	9	40	8	50	9	50	10	20	17	60
AD	11	30	12	70	5	60	22	40	14	40
PO	6	40	4	30	-3	0	4	10	4	10
SE	8	10	11	70	10	90	13	80	9	30

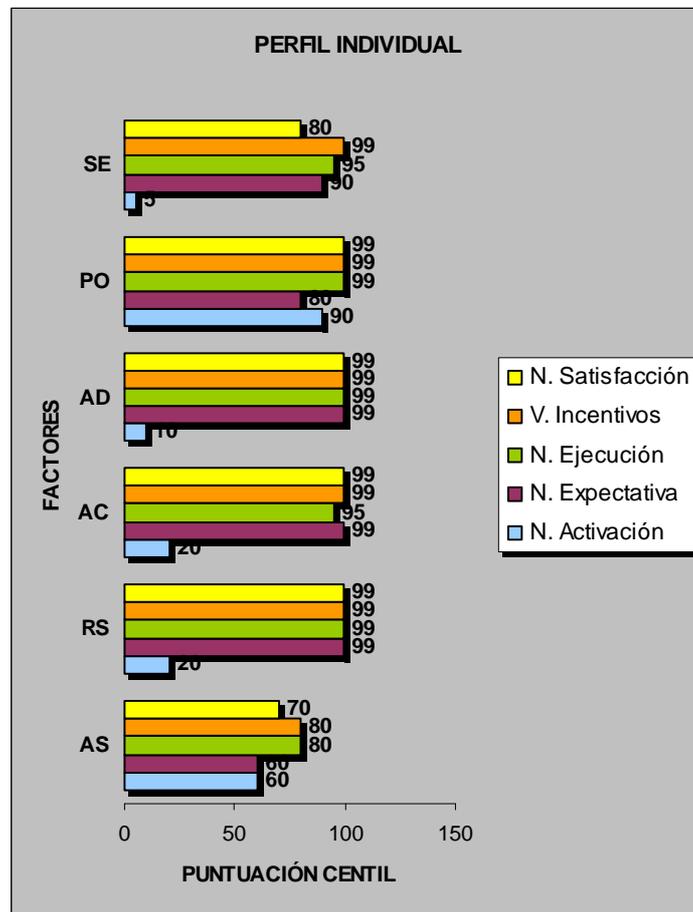


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 5: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel satisfacción (80%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución (80%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción (60%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel expectativa (70%). El factor de poder es el motivante para la activación (40%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución (90%).

**Sujeto 6**

Sexo: Femenino Edad: 27 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	14	60	12	60	11	80	18	80	16	70
RS	8	20	15	99	15	99	49	99	39	99
AC	7	20	14	99	14	95	52	99	39	99
AD	9	10	15	99	18	99	44	99	43	99
PO	16	90	10	80	11	99	16	99	18	99
SE	6	5	14	90	11	95	16	99	15	80

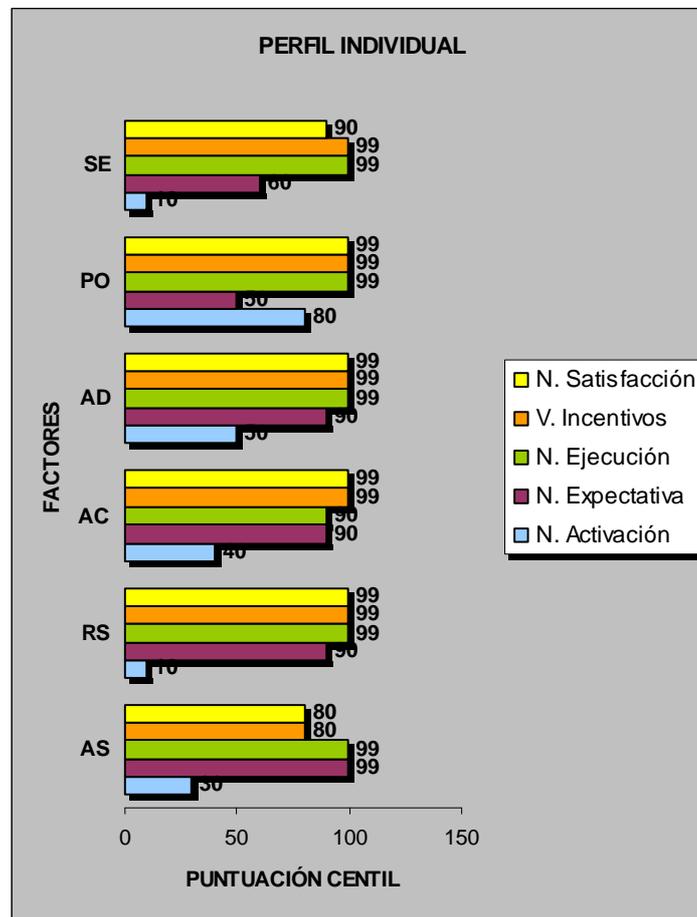


En el sujeto 6 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la ejecución y el tipo de incentivos (80%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel expectativa, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel expectativa, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativa, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la ejecución, satisfacción y el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el valor de incentivos (90%).

## Sujeto 7

Sexo: Masculino Edad: 26 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	10	30	16	99	14	99	17	80	18	80
RS	7	10	13	90	14	99	30	99	36	99
AC	9	40	12	90	13	90	28	99	37	99
AD	13	50	14	90	15	99	36	99	39	99
PO	14	80	10	50	11	99	14	99	16	99
SE	9	10	10	60	15	99	18	99	17	90

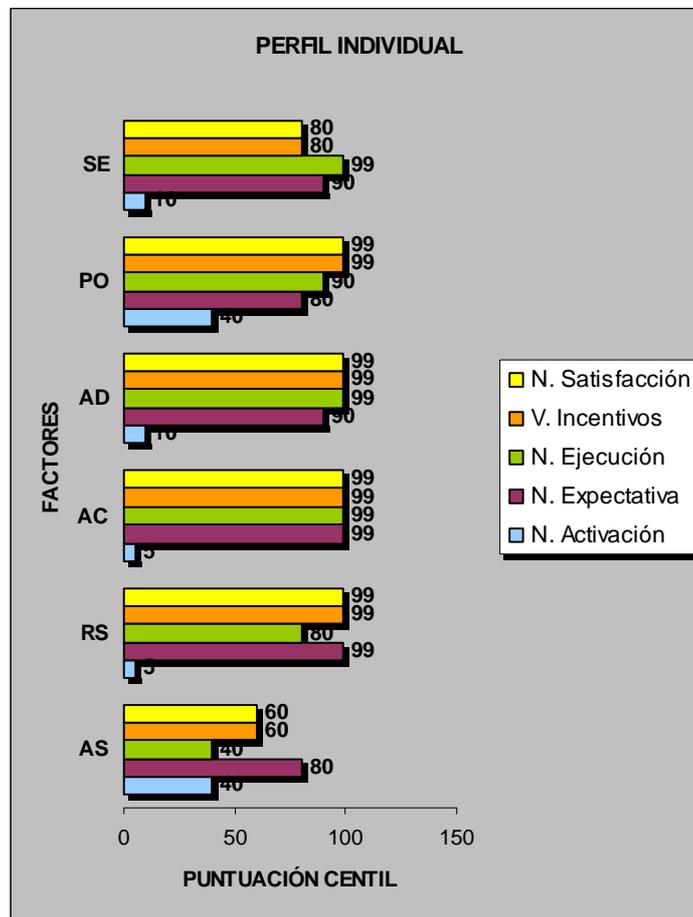


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 7: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel expectativa y ejecución (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en la ejecución e incentivos (99%).

**Sujeto 8**

Sexo: Femenino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	14	80	7	40	14	60	14	60
RS	6	5	15	99	11	80	31	99	33	99
AC	5	5	14	99	16	99	30	99	33	99
AD	9	10	14	90	12	99	33	99	32	99
PO	6	40	10	80	8	90	14	99	16	99
SE	9	10	14	90	15	99	13	80	16	80

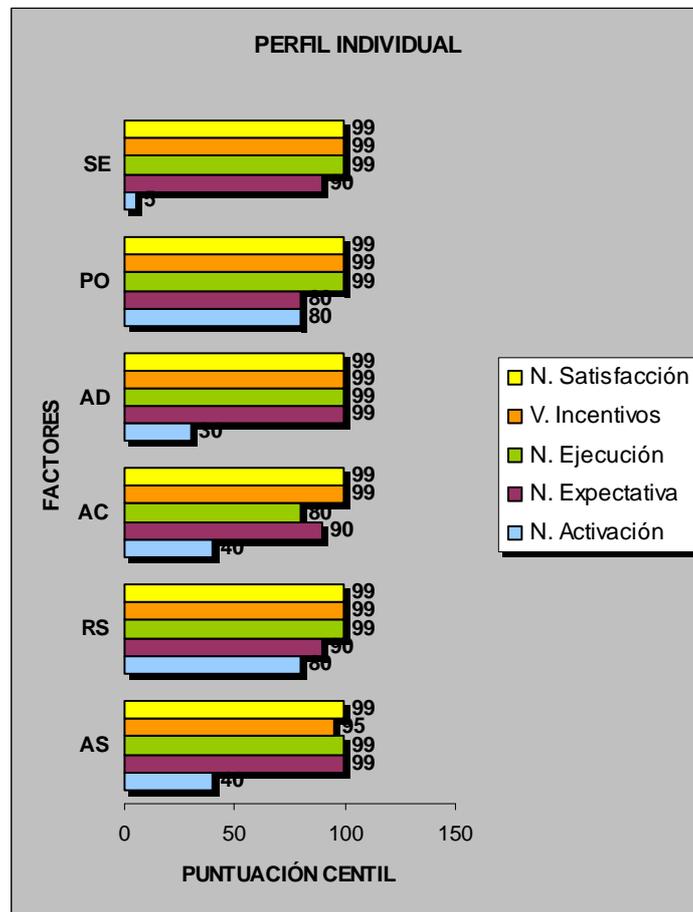


En el sujeto 8 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la expectativa (80%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel expectativa, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel expectativa, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la satisfacción y el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución (99%).

**Sujeto 9**

Sexo: Masculino Edad: 31 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	11	40	16	99	15	99	20	95	22	99
RS	14	80	13	90	14	99	41	99	45	99
AC	9	40	12	90	12	80	40	99	45	99
AD	11	30	16	99	14	99	47	99	46	99
PO	14	80	10	80	14	99	21	99	22	99
SE	6	5	14	90	15	99	20	99	21	99

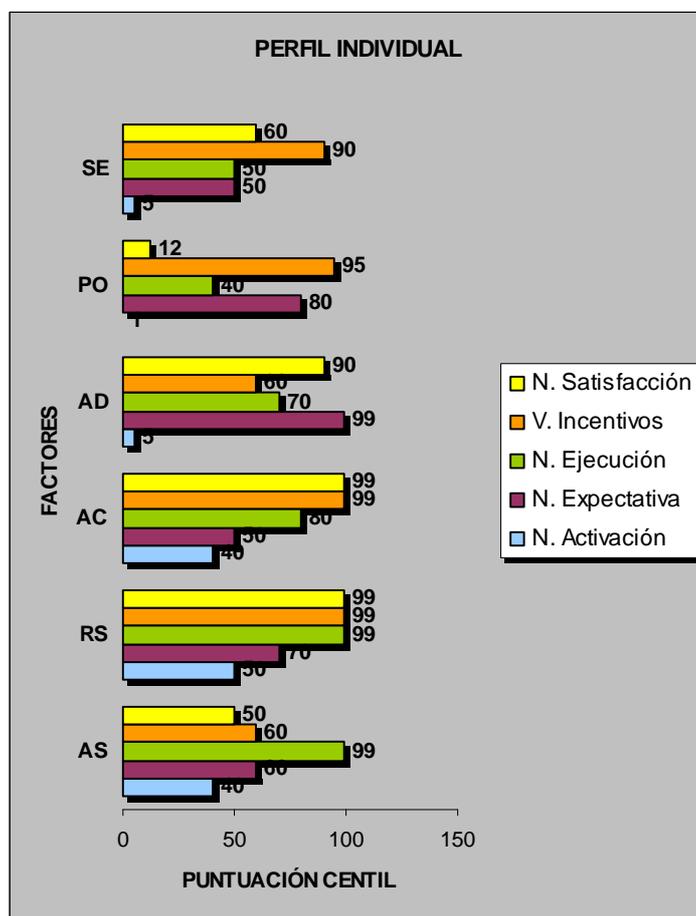


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 9: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel expectativa, ejecución y satisfacción (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativa, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en la ejecución, satisfacción e incentivos (99%).

## Sujeto 10

Sexo: Masculino Edad: 26 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	11	40	12	60	14	99	14	60	13	50
RS	11	50	11	70	14	99	24	99	24	99
AC	9	40	8	50	12	80	24	99	24	99
AD	7	5	16	99	7	70	24	60	23	90
PO	0	1	10	80	1	40	12	95	12	12
SE	6	5	9	50	6	50	14	90	12	60

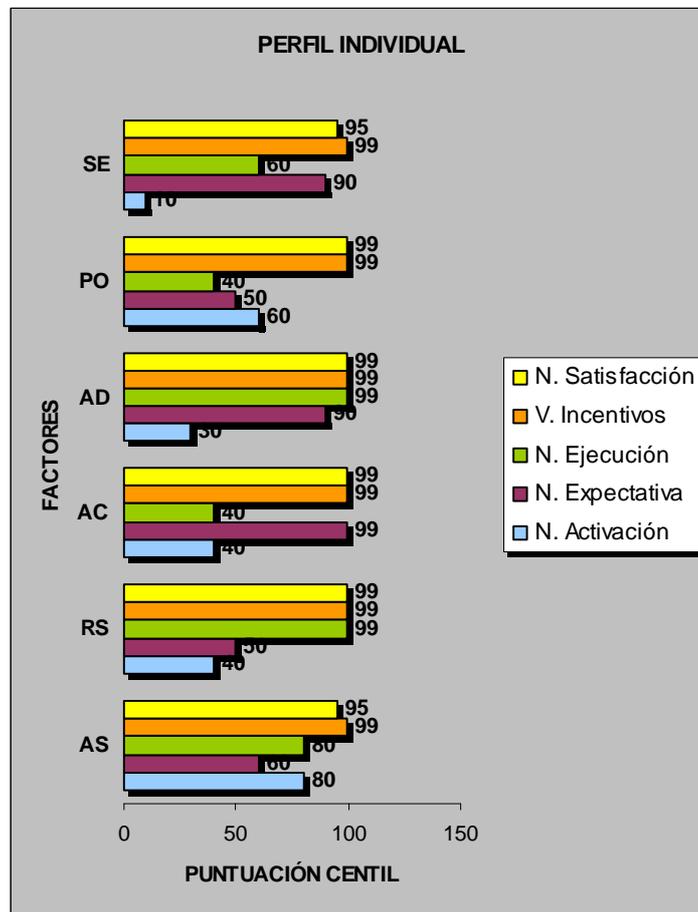


En el sujeto 10 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la ejecución (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativa (99%). El factor de poder es el motivante para el valor de incentivos (95%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el tipo de incentivos (90%).

**Sujeto 11**

Sexo: Masculino Edad: 32 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	16	80	12	60	11	80	24	99	21	95
RS	10	40	9	50	14	99	46	99	39	99
AC	9	40	14	99	8	40	45	99	39	99
AD	11	30	14	90	12	99	45	99	38	99
PO	9	60	6	50	1	40	22	99	17	99
SE	9	10	14	90	7	60	20	99	19	95

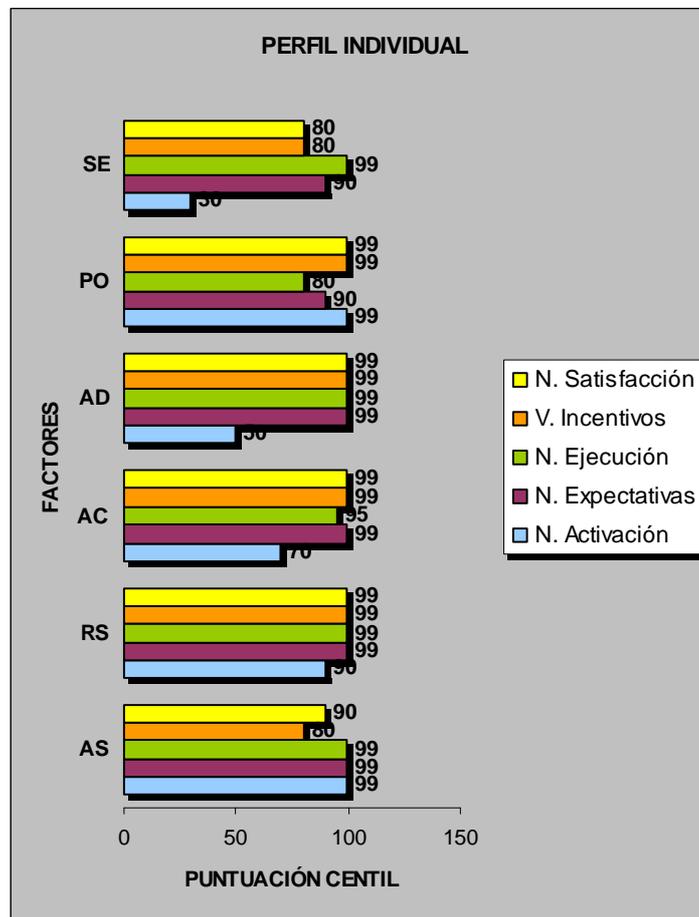


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 11: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel de incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel expectativa, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en valor de los incentivos (99%).

**Sujeto 12**

Sexo: Masculino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	19	99	16	99	15	99	17	80	19	90
RS	15	90	15	99	14	99	33	99	36	99
AC	13	70	14	99	14	95	32	99	38	99
AD	13	50	16	99	17	99	30	99	35	99
PO	19	99	12	90	7	80	13	99	15	99
SE	11	30	14	90	15	99	13	80	16	80

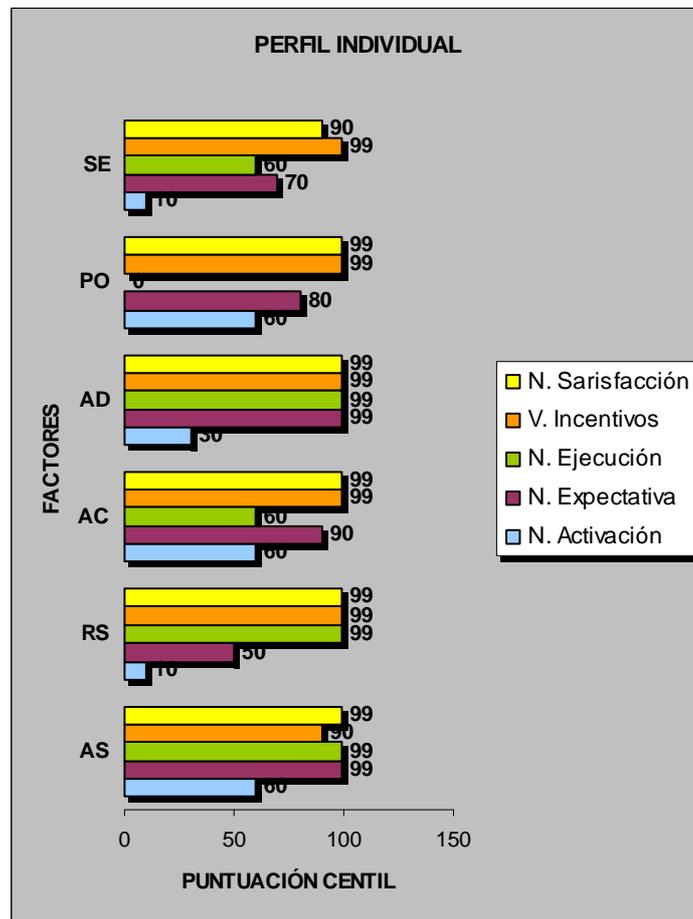


En el sujeto 12 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la activación, expectativas y ejecución (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel expectativas, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel expectativas, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativa, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la activación, satisfacción y el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución (99%).

**Sujeto 13**

Sexo: Masculino Edad: 29 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	14	60	16	99	15	99	19	90	21	99
RS	7	10	9	50	14	99	31	99	35	99
AC	11	60	12	90	10	60	31	99	36	99
AD	11	30	15	99	12	99	33	99	34	99
PO	9	60	10	80	-3	0	15	99	17	99
SE	8	10	12	70	7	60	16	99	17	90

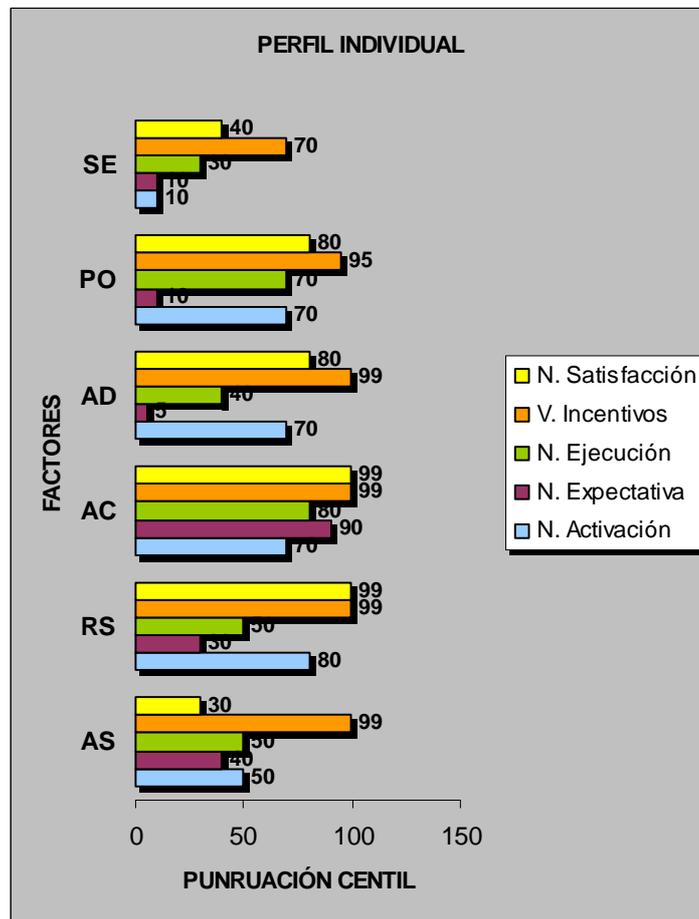


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 13: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel de expectativa, ejecución y satisfacción(99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativa, ejecución, satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en valor de los incentivos (99%).

**Sujeto 14**

Sexo: Masculino Edad: 29 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	13	50	10	40	8	50	27	99	10	30
RS	14	80	7	30	8	50	25	99	24	99
AC	13	70	12	90	12	80	27	99	27	99
AD	15	70	3	5	3	40	30	99	22	80
PO	12	70	2	10	5	70	12	95	11	80
SE	8	10	5	10	4	30	12	70	10	40

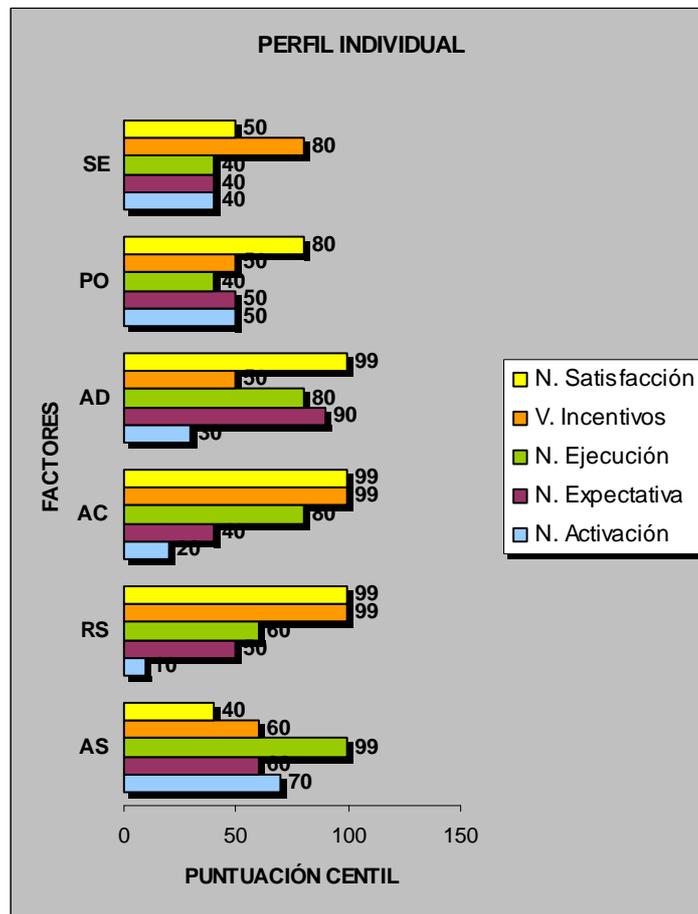


En el sujeto 14 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en el valor de los incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel de satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para el valor de incentivos (95%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el valor de incentivos (70%).

**Sujeto 15**

Sexo: Femenino Edad: 26 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	15	70	12	60	14	99	15	60	12	40
RS	7	10	9	50	9	60	25	99	26	99
AC	7	20	7	40	12	80	22	99	27	99
AD	11	30	14	90	8	80	23	50	28	99
PO	7	50	6	50	1	40	8	50	11	80
SE	12	40	8	40	5	40	13	80	11	50

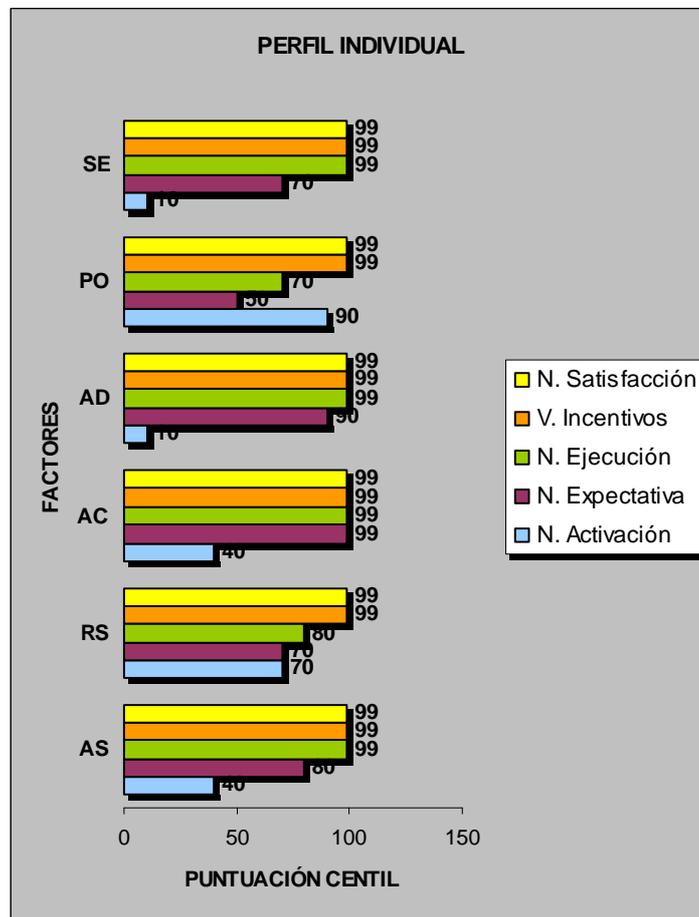


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 15: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel de ejecución (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de satisfacción (99%). El factor de poder es el motivante para la satisfacción (80%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en valor de los incentivos (80%).

**Sujeto 16**

Sexo: Masculino Edad: 27 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	14	80	14	99	21	99	24	99
RS	13	70	11	70	11	80	72	99	58	99
AC	9	40	14	99	16	99	72	99	54	99
AD	9	10	14	90	12	99	67	99	68	99
PO	15	90	6	50	5	70	23	99	22	99
SE	8	10	12	70	13	99	24	99	21	99

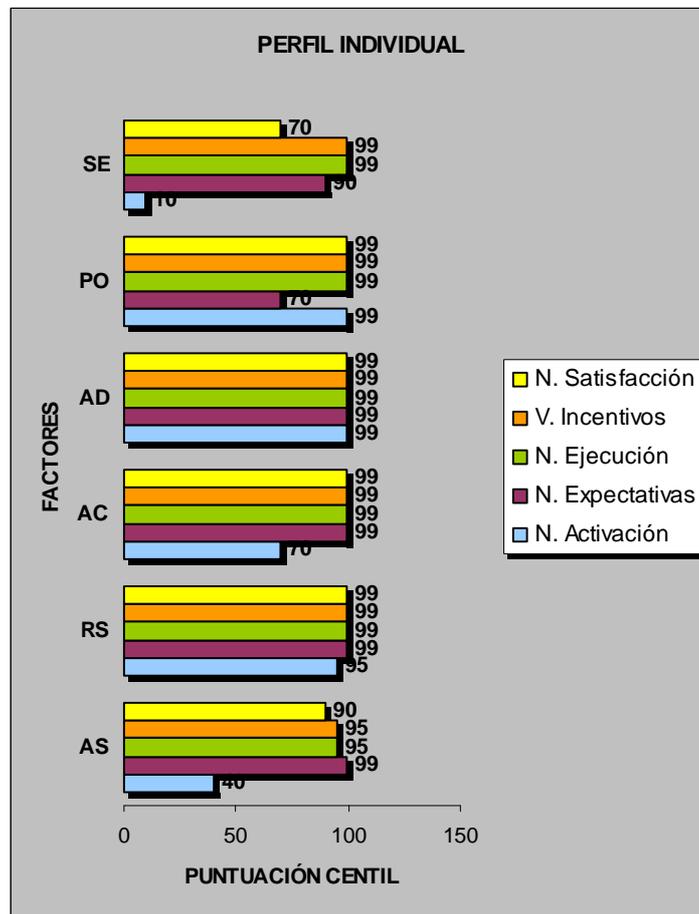


En el sujeto 16 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante en la ejecución, satisfacción y el valor de los incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel de satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel de expectativa, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la satisfacción y el valor de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%).

**Sujeto 17**

Sexo: Femenino Edad: 27 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	16	99	13	95	20	95	19	90
RS	16	95	14	99	14	99	43	99	34	99
AC	13	70	14	99	16	99	42	99	33	99
AD	18	99	15	99	15	99	41	99	35	99
PO	18	99	12	70	11	99	21	99	20	99
SE	9	10	14	90	13	99	18	99	14	70

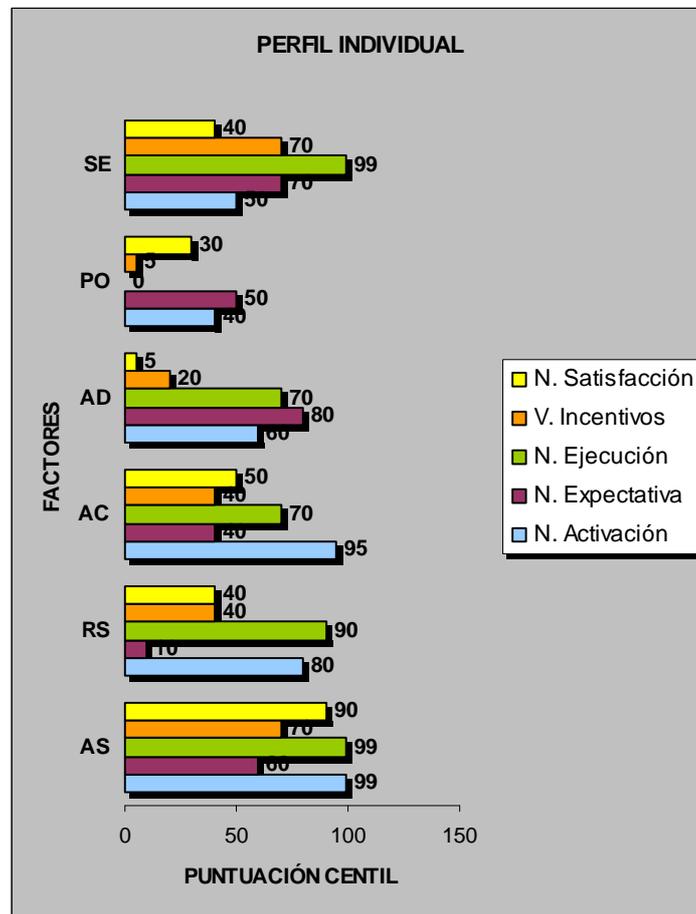


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 17: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel de expectativas (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la expectativa, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel de expectativas, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante en todos los niveles, es decir, tanto a nivel de activación, expectativas, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la activación, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en la satisfacción y el valor de los incentivos (99%).

**Sujeto 18**

Sexo: Femenino Edad: 23 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	20	99	12	60	15	99	16	70	20	90
RS	14	80	5	10	12	90	17	40	15	40
AC	17	95	7	40	11	70	14	40	15	50
AD	14	60	13	80	6	70	14	20	6	5
PO	6	40	6	50	-6	0	3	5	6	30
SE	13	50	11	70	12	99	11	70	10	40

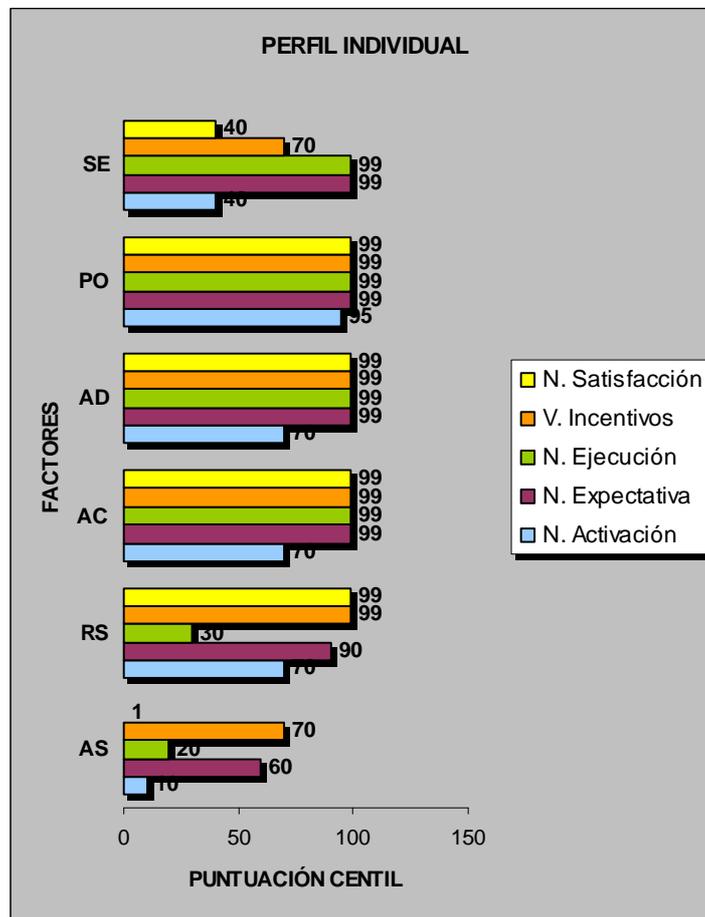


En el sujeto 18 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante tanto en la activación y ejecución (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel de ejecución (90%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel de activación (95%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativas (80%). El factor de poder es el motivante en la expectativa (50%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para la ejecución (99%).

**Sujeto 19**

Sexo: Masculino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	6	10	12	60	5	20	16	70	0	1
RS	13	70	13	90	6	30	48	99	35	99
AC	13	70	16	99	16	99	52	99	31	99
AD	15	70	15	99	13	99	47	99	33	99
PO	18	95	16	99	11	99	24	99	22	99
SE	12	40	16	99	15	99	11	70	10	40

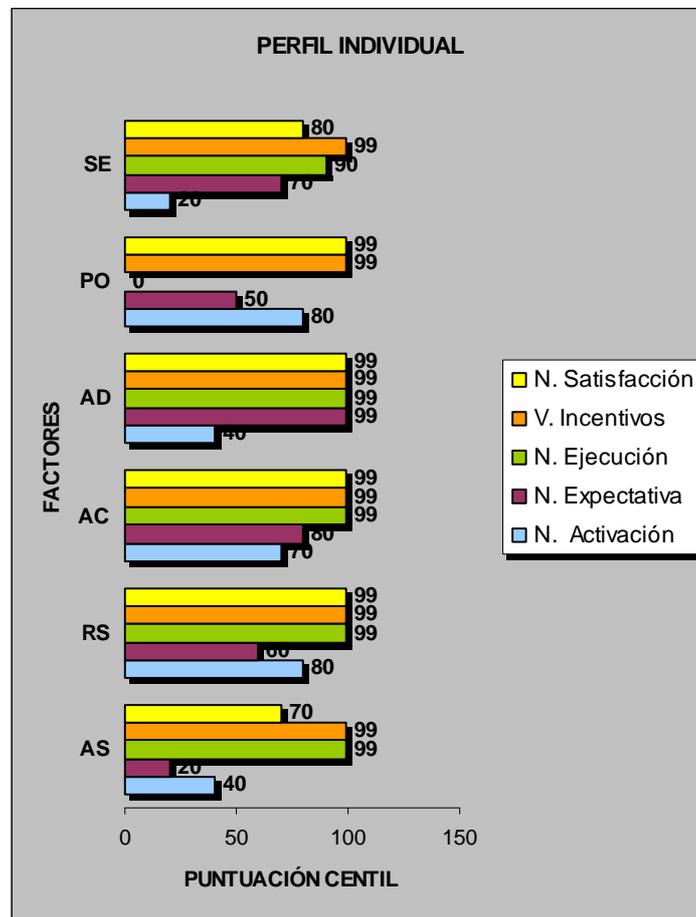


De acuerdo a la gráfica se observa que en el sujeto 19: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante a nivel de incentivos (70%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto para la satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel de expectativas, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante en todos los niveles, es decir, tanto a nivel de expectativas, ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de poder es el motivante para la expectativa, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante en la expectativa y ejecución (99%).

**Sujeto 20**

Sexo: Masculino Edad: 28 años

RESUMEN DE PUNTUACIONES										
	ACTIVACIÓN		EXPECTATIVA		EJECUCIÓN		INCENTIVOS		SATISFACCIÓN	
	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC	P.DIRECTO	PC
AS	12	40	8	20	14	99	27	99	16	70
RS	14	80	10	60	15	99	38	99	30	99
AC	13	70	11	80	15	99	38	99	29	99
AD	12	40	15	99	15	99	44	99	30	99
PO	14	80	6	50	-2	0	17	99	16	99
SE	10	20	12	70	10	90	19	99	15	80



En el sujeto 20 se observa que: El factor de Aceptación e integración social es el principal motivante tanto en la ejecución e incentivos (99%). El factor de Reconocimiento social es el principal motivante tanto a nivel de ejecución, incentivos y satisfacción (99%). El factor de autoestima/autoconcepto es el motivante a nivel de ejecución, satisfacción y valor de incentivos (99%). El factor de autodesarrollo es el motivante a nivel de expectativas, ejecución, satisfacción e incentivos (99%). El factor de poder es el motivante tanto en la satisfacción y tipo de incentivos (99%). El factor de necesidad de seguridad es el motivante para el valor de incentivos (99%).

Del resultado total de la muestra se procedió a obtener la media tanto para cada uno de los 6 factores contemplados en la escala MPS, así como para cada uno de sus componentes de medida. Así también se observó cuál de los seis factores tuvo una aparición total en los sujetos (aparición en los 5 componentes de medida) y la tendencia general para cada factor con respecto a la aparición de componentes de medida con relación a sexo y edad. Los resultados se muestran a continuación:

SUJETO 1	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación		99			99	
Expectativas		99	99			
Ejecución		99	99	99	99	99
Incentivos	99	99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 6	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas		99	99	99		
Ejecución	80	99		99	99	
Incentivos	80	99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 2	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas						90
Ejecución	70	99				
Incentivos		99	99	99	99	
Satisfacción		99	99	99		

SUJETO 7	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	99					
Ejecución	99	99		99	99	99
Incentivos		99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 3	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	99			99		
Ejecución				99		99
Incentivos		99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 8	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	80	99	99			
Ejecución			99	99		99
Incentivos		99	99	99	99	
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 4	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	99					
Ejecución				99		
Incentivos	99	99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 9	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	99			99		
Ejecución	99	99		99	99	99
Incentivos		99	99	99	99	99
Satisfacción	99	99	99	99	99	99

SUJETO 5	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación			60		40	
Expectativas				70		
Ejecución		80				90
Incentivos						
Satisfacción	80					

SUJETO 10	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas				99		
Ejecución	99	99				
Incentivos		99	99		95	90
Satisfacción		99	99			

SUJETO 11	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas			99			
Ejecución		99		99		
Incentivos	99	99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 16	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas			99			
Ejecución	99		99	99		99
Incentivos	99	99	99	99	99	99
Satisfacción	99	99	99	99	99	99

SUJETO 12	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación	99				99	
Expectativas	99	99	99	99		
Ejecución	99	99		99		99
Incentivos		99	99	99	99	
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 17	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación				99	99	
Expectativas	99	99	99	99		
Ejecución		99	99	99	99	99
Incentivos		99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

SUJETO 13	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas	99			99		
Ejecución	99	99		99		
Incentivos		99	99	99	99	99
Satisfacción	99	99	99	99	99	

SUJETO 18	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación	99		95			
Expectativas				80	50	
Ejecución	99	90				99
Incentivos						
Satisfacción						

SUJETO 14	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas						
Ejecución						
Incentivos	99	99	99	99	95	70
Satisfacción		99	99			

SUJETO 19	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas			99	99	99	99
Ejecución			99	99	99	99
Incentivos	70	99	99	99	99	
Satisfacción		99	99	99	99	

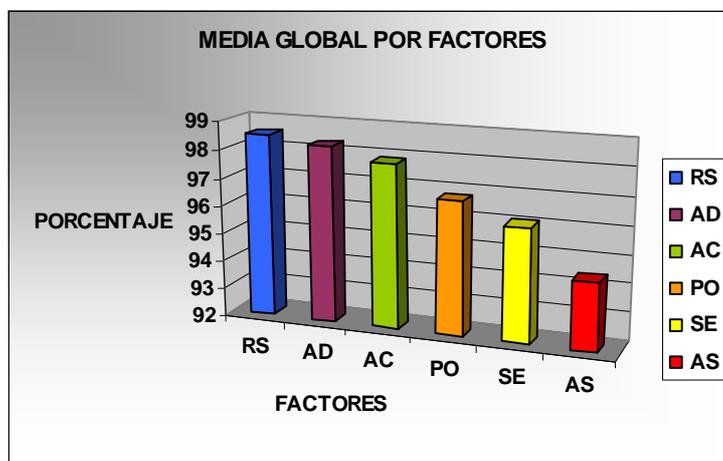
SUJETO 15	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas						
Ejecución	99					
Incentivos		99	99			80
Satisfacción		99	99	99	80	

SUJETO 20	FACTORES					
Componentes	AS	RS	AC	AD	PO	SE
Activación						
Expectativas				99		
Ejecución	99	99	99	99		
Incentivos	99	99	99	99	99	99
Satisfacción		99	99	99	99	

FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>AS (Aceptación e Integración Social)</b>	<b>3</b>	<b>9,12,13, 16</b>	<b>94.43</b>
Activación	2	12, 18	99.00
Expectativas	8	3,4,7,8,9,12,13, 17	96.63
Ejecución	11	2,6,7,9,10,12, 13,15, 16, 18, 20	94.64
Incentivos	8	1,4,6,11,14, 16, 19, 20	93.00
Satisfacción	4	5,9,13, 16	94.25
FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>RS (Reconocimiento Social)</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>98.54</b>
Activación	1	1	99.00
Expectativas	5	1,6,8,12, 17	99.00
Ejecución	13	1,2,5,6,7,9,10,11,12,13, 17, 18, 20	96.85
Incentivos	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15, 16, 17, 19, 20	99.00
Satisfacción	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13, 15, 16, 17, 19, 20	99.00
FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>AC (Autoestima/Autoconcepto)</b>	<b>4</b>	<b>1,8,16, 19</b>	<b>97.85</b>
Activación	2	5, 18	77.50
Expectativas	8	1,6,8,11,12, 16, 17, 19	99.00
Ejecución	6	1,8, 16, 17, 19, 20	99.00
Incentivos	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 15, 16, 17, 19, 20	99.00
Satisfacción	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 15, 16, 17, 19, 20	99.00
FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>AD (Autodesarrollo)</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>98.28</b>
Activación	1	17	99.00
Expectativas	11	3,5,6,9,10,12,13, 17, 18, 19, 20	94.64
Ejecución	14	1,3,4,6,7,8,9,11,12,13, 16, 17, 19, 20	99.00
Incentivos	17	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 16, 17, 19, 20	99.00
Satisfacción	17	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13, 15, 16, 17, 19, 20	99.00

FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>PO (Poder)</b>	<b>4</b>	<b>1, 19</b>	<b>96.77</b>
Activación	4	1,5,12, 17	84.25
Expectativas	2	18, 19	74.50
Ejecución	6	1,6,7,9, 17, 19	99.00
Incentivos	17	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 16, 17, 19, 20	98.53
Satisfacción	15	1,3,4,6,7,8,9,11,12,13, 15, 16, 17, 19, 20	97.73
FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>SE (Seguridad)</b>	<b>3</b>	<b>9, 16</b>	<b>96.05</b>
Activación	0		0.00
Expectativas	2	2, 19	94.50
Ejecución	11	1,3,5,7,8,9, 12, 16, 17, 18, 19	98.18
Incentivos	14	1,3,4,6,7,9, 10,11,13,14, 15, 16, 17, 20	94.93
Satisfacción	2	9, 16	99.00

El diagrama con la media global de resultados se muestra a continuación:



FACTORES	MEDIA
RS	98.54
AD	98.28
AC	97.85
PO	96.77
SE	96.05
AS	94.43

**Gráfica 5**

## **CAPÍTULO IV**

### **INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

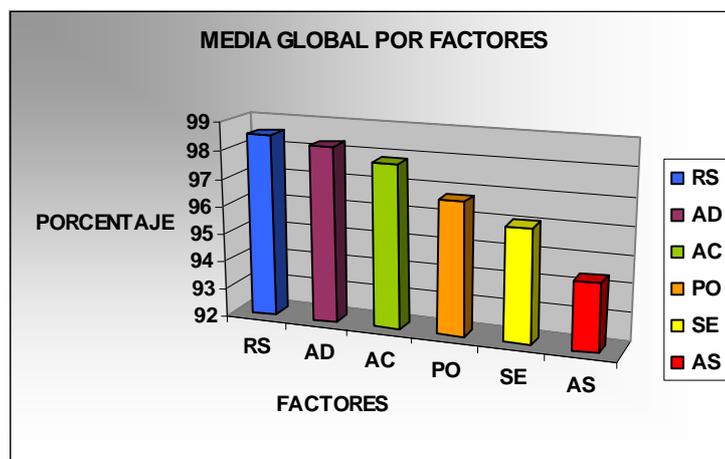
La interpretación de los resultados se presenta de la siguiente manera:

1. Análisis, desglose y explicación de resultados globales para cada una de los seis factores comprendidos en la Escala MPS.
2. Análisis, desglose y explicación de resultados parciales factor por factor (seis factores) con relación a sus cinco componentes de medida.

#### **1. ANÁLISIS GLOBAL DE LOS FACTORES EN LA ESCALA MPS**

Para el análisis de los resultados globales obtenidos en la muestra, se tomarán en cuenta 3 factores: A) Media global por factor, B) número de mayor aparición de cada factor en el total de los componentes de medida, C) análisis por edad y sexo de los sujetos que presentaron mayor tendencia en cada factor.

- A) De acuerdo a la media global de cada uno de los factores, podemos observar que el factor que resultó ser el más motivante fue el factor RS (Reconocimiento Social) con un promedio de 98.54. El factor AD (Autodesarrollo) fue el segundo factor más motivante con una media de 98.28. El tercer factor fue el AC (Autoconcepto/Autodesarrollo) con un promedio de 97.85. El cuarto, quinto y sexto lugares lo obtuvieron los factores PO (Poder) con 96.77, SE (Seguridad) con 96.05 y AS (Aceptación e Integración Social respectivamente). Los resultados se muestran en la siguiente gráfica:



FACTORES	MEDIA
RS	98.54
AD	98.28
AC	97.85
PO	96.77
SE	96.05
AS	94.43

B) En cuanto al número de componentes de medida que se vieron cubiertos para cada factor se observó que tanto el factor AD (Autodesarrollo) como RS (Reconocimiento social) cubrieron los cinco componentes de medida (Activación, Expectativa, Ejecución, Valor de Incentivos y Satisfacción), aunque solo fuera un sujeto en cada caso que eligiera todos los componentes de dicho factor (sujetos 17 y 1 respectivamente).

FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>AD (Autodesarrollo)</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>98.28</b>
Activación	1	<b>17</b>	99.00
Expectativas	11	3,5,6,9,10,12,13, <b>17</b> , 18, 19, 20	94.64
Ejecución	14	1,3,4,6,7,8,9,11,12,13, 16, <b>17</b> , 19, 20	99.00
Incentivos	17	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14, 16, <b>17</b> , 19, 20	99.00
Satisfacción	17	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13, 15, 16, <b>17</b> , 19, 20	99.00

FACTOR	APARICIÓN	SUJETOS	MEDIA
<b>RS (Reconocimiento Social)</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>98.54</b>
Activación	1	1	99.00
Expectativas	5	1,6,8,12, 17	99.00
Ejecución	13	1,2,5,6,7,9,10,11,12,13, 17, 18, 20	96.85
Incentivos	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15, 16, 17, 19, 20	99.00
Satisfacción	18	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13, 15, 16, 17, 19, 20	99.00

C) Con respecto a la edad y sexo de los sujetos para las medias globales, se observa que para el factor RS (media 98.54) solo una persona seleccionó los cinco componentes, siendo esta persona del sexo femenino y con 28 años de edad. En cuanto al factor AD (media (98.28) también solo fue uno de los sujetos quien eligió los 5 componentes. Esta persona es del sexo femenino también y con una edad de 27 años. En cuanto al factor AC (media 97.85) se observa que hubieron 4 sujetos que eligieron 4 de los 5 componentes, siendo ellos 2 del sexo femenino y 2 masculino con edades de 28, 28, 27, 28 años respectivamente. Para el factor PO (media (96.77) fueron 2 las personas que eligieron 4 de los 5 componentes de medida, siendo una mujer y un hombre, ambos de 28 años de edad. Con relación al factor SE (media 96.05) fueron 2 sujetos quienes eligieron 3 de los 5 componentes para dicho componente, siendo estos de sexo masculino y con edades de 31 y 27 años respectivamente. Finalmente para el factor AS (media 94.43) se observa que 4 personas eligieron 3 de los 5 componentes, siendo todos ellos del sexo masculino y con edades de 31, 28, 29 y 27 años respectivamente.

FACTOR	MEDIA	COMPONENTES ELEGIDOS	SUJETOS	SEXO	EDAD
<b>RS</b>	98.54	5	1	Femenino	28 años
<b>AD</b>	98.28	5	1	Femenino	27 años
<b>AC</b>	97.85	4	4	Femenino	28 años
				Femenino	28 años
				Masculino	27 años
				Masculino	28 años
<b>PO</b>	96.77	4	2	Femenino	28 años
				Masculino	28 años
<b>SE</b>	96.05	3	2	Masculino	31 años
				Masculino	27 años
<b>AS</b>	94.43	3	4	Masculino	31 años
				Masculino	28 años
				Masculino	29 años
				Masculino	27 años

De lo anterior podemos decir que los dos factores motivacionales de mayor valía de acuerdo a sus medias (RS Y AD) resultaron ser más susceptibles en el caso de las mujeres y mostrando una correlación con respecto a la media de edades (27.5 años), ya que las dos personas que seleccionaron con máximo puntaje de componentes tiene 28 y 27 años respectivamente.

Con relación al factor que obtuvo el tercer lugar (AC), observamos que fue un factor medio en cuanto a sexo (2 femeninos, 2 masculinos) y la tendencia se dirigió hacia los 28 años, ya que 3 sujetos tienen dicha edad y el cuarto 27 años.

Para el factor PO se observa que es un elemento que fue representativo tanto en hombres como en mujeres y con tendencia en la edad de 28 años.

Con respecto al factor SE podemos denotar que de igual forma resultó un elemento más representativo para el sexo masculino, aunque las edades fueron casi los extremos ya que uno tenía 31 y otro 27 años, de lo que podríamos concluir que tal vez este factor resulta importante para las personas de mayor edad, como en los más jóvenes, pero no tan representativo para la media estándar.

Finalmente en el factor AS se observa que también fue más representativo para el sexo masculino y con la tendencia en todas las edades, ya que fue una muestra representativa de todas las edades.

## **2. ANÁLISIS PARCIAL FACTOR POR FACTOR CON RELACIÓN A SUS CINCO COMPONENTES DE MEDIDA**

Para el análisis de los resultados parciales factor por factor en la muestra con respecto a sus cinco componentes de medida, se tomarán en cuenta 3 cuestiones: A) Media parcial por cada componente en cada uno de los factores, B) número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes para cada factor, C) análisis por edad y sexo de los sujetos que presentaron mayor tendencia en cada componente de medida por factor. Así también con intención de obtener la información con mayor orden, se mostrarán los 3 pasos anteriores factor por factor.

### FACTOR RS (Reconocimiento Social)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Incentivos y Satisfacción con un 99, Ejecución con 96.85 y para Expectativa con un 99 y Activación un 99, pero apareciendo esta última con solo un sujeto, por lo cual quiere decir que el factor RS sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>RS (Reconocimiento Social)</b>	<b>98.54</b>
Activación	99
Expectativas	99
Ejecución	96.85
Incentivos	99
Satisfacción	99

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para la Satisfacción y el valor de los Incentivos con 18 sujetos eligiendo los anteriores. Le sigue el componente de Ejecución con 13 sujetos, Expectativas con 5 personas y Activación con solo 1 persona. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Reconocimiento Social es lo esperado como Incentivos y motivo de Satisfacción mayormente y es a su vez el de menor motivación para la activación en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>RS (Reconocimiento Social)</b>	<b>5</b>
Activación	1
Expectativas	5
Ejecución	13
Incentivos	18
Satisfacción	18

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para los componentes de Valor de Incentivos y Satisfacción (18 sujetos cada uno), 6 corresponden al sexo femenino y 12 al sexo masculino siendo los mismos sujetos en ambos casos, por lo que podemos ver que son un factor preponderante para ambos sexos dentro de la muestra. Es también debido a lo anterior que podemos atribuir a todo el rango de edades dentro de los interesados en dicho componente. Con relación al valor de Ejecución (13 sujetos), 4 son del sexo femenino y 9 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es importante en ambos sexos y para todo el rango de edades. Para el componente de Expectativas (5 personas) se observa que 4 son mujeres y 1 hombres, por lo que se puede decir que existe una preferencia del sexo femenino para este tipo de expectativas en relación al factor RS. Con relación a las edades, podemos ver que la media de edades es de los 27 y 28 años. Con respecto al componente de Activación, podemos observar que fue elegido únicamente por una persona del sexo femenino y de 28 años, por lo que no se contempla como un factor significativo.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	18	6 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Satisfacción	18	6 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Ejecución	13	4 Femenino	23-32 años
		9 Masculino	
Expectativas	5	4 Femenino	27-28 años
		1 Masculino	
Activación	1	1 Femenino	28 años

### FACTOR AD (Autodesarrollo)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Ejecución, Incentivos y Satisfacción con un 99, para la Expectativa un 94.64 y Activación con 99 pero solo apareciendo un sujeto, por lo cual quiere decir que el factor AD sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>AD (Autodesarrollo)</b>	<b>98.28</b>
Activación	99
Expectativas	94.64
Ejecución	99
Incentivos	99
Satisfacción	99

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para la Satisfacción

y el valor de los Incentivos con 17 sujetos eligiendo los anteriores. Le sigue el componente de Ejecución con 14 sujetos, Expectativas con 11 personas y Activación con solo 1 persona. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Autodesarrollo es lo esperado como Incentivos y motivo de Satisfacción mayormente y es a su vez el de menor motivación para la activación en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>AD (Autodesarrollo)</b>	<b>5</b>
Activación	1
Expectativas	11
Ejecución	14
Incentivos	17
Satisfacción	17

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para el componente de Satisfacción (17 sujetos), 6 corresponden al sexo femenino y 11 al sexo masculino, por lo que podemos ver que es un factor preponderante para ambos sexos si contemplamos que la muestra total contempla a 7 mujeres y 13 hombres. Es también debido a lo anterior que podemos atribuir a todo el rango de edades dentro de los interesados en dicho componente. Con relación al valor de Incentivos (17 sujetos), 5 son del sexo femenino y 12 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es importante en ambos sexos y para todo el rango de edades. Para el componente de Ejecución (14 personas) se observa que 5 mujeres y 9 hombres lo eligieron,

por lo que se puede decir que su correlación con respecto al factor de sexo es estrecha, ya que corresponden casi al mismo porcentaje de la población muestra (entre 69-71%). Con relación a las edades, podemos ver que la media de edades es 28 años aproximadamente, pero va con un intervalo de entre los 27 años a los 32, por lo que también se contempla un factor importante para toda la población de estudio. Con respecto al componente de Expectativas (11 personas), podemos observar que fue elegido por 4 mujeres y 7 hombres, mostrando continuar con una correlación en cuanto a la identidad de género para este componente y factor. De acuerdo a las edades, podemos observar que en las mujeres fue un factor determinante en la población más joven (23 a 27 años) que muestra ser una discrepancia con la población masculina que mostró edades de entre 27 a 32 años (los más grandes). Finalmente el componente de Activación solo apareció en una persona del sexo femenino y con edad de 28 años, por lo que no se considera altamente significativa.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	17	5 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Satisfacción	17	6 Femenino	23-32 años
		11 Masculino	
Ejecución	14	5 Femenino	28 años
		9 Masculino	
Expectativas	11	4 Femenino	23-27 Femenino
		7 Masculino	27-32 Maculino
Activación	1	1 Femenino	28 años

### FACTOR AC (Autoestima/Autoconcepto)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Incentivos, Satisfacción, Ejecución y Expectativas con un 99 y para Activación un 77.50, lo cual quiere decir que el factor RS sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>AC (Autoestima/Autoconcepto)</b>	<b>97.85</b>
Activación	77.5
Expectativas	99
Ejecución	99
Incentivos	99
Satisfacción	99

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para la Satisfacción y el valor de los Incentivos con 18 sujetos eligiendo los anteriores. Le sigue el componente de Expectativas con 8 sujetos, Ejecución con 6 personas y Activación con 2 personas. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Autoconcepto/Autoestima es lo esperado como Incentivos y motivo de Satisfacción mayormente y es a su vez el de menor motivación para la activación en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>AC (Autoestima/Autoconcepto)</b>	<b>4</b>
Activación	2
Expectativas	8
Ejecución	6
Incentivos	18
Satisfacción	18

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para los componentes de Valor de Incentivos y Satisfacción (18 sujetos cada uno), 6 corresponden al sexo femenino y 12 al sexo masculino siendo los mismos sujetos en ambos casos, por lo que podemos ver que son un factor preponderante para ambos sexos dentro de la muestra. Es también debido a lo anterior que podemos atribuir a todo el rango de edades dentro de los interesados en dicho componente. Con relación al valor de Expectativas (8 sujetos), 4 son del sexo femenino y 4 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es importante en ambos sexos y para todo el rango de edades. Para el componente de Ejecución (6 personas) se observa que 3 son mujeres y 3 son hombres, por lo que se conserva la correlación de importancia en sexos y edades para el factor AC. Con respecto al componente de Activación (2 personas), podemos observar que fue elegido por una mujer y un hombre aunque con rangos de edades muy abiertos, pues ella es de 23 y él de 28 años.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	18	6 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Satisfacción	18	6 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Ejecución	6	3 Femenino	28 años
		3 Masculino	
Expectativas	8	4 Femenino	23-32 años
		4 Masculino	
Activación	2	1 Femenino	23 Femenino
		1 Masculino	28 Masculino

Es importante mencionar que este factor fue el único que mostró una correlación en la preferencia de ambos sexos y con rangos de edades similares para todos sus componentes (elegidos por el 50% y 50% en todos los casos).

#### FACTOR PO (Poder)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Ejecución con 99, Valor de Incentivos con un 98.53, para la Satisfacción un 97.73, para la Activación un 84.25 y Expectativas con 74.50, por lo cual quiere decir que el factor PO sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>PO (Poder)</b>	<b>96.77</b>
Activación	84.25
Expectativas	74.5
Ejecución	99
Incentivos	98.53
Satisfacción	97.73

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para el valor de los Incentivos con 17 sujetos. Le sigue el componente de Satisfacción con 15 sujetos, Ejecución con 6 personas, Activación con 4 sujetos y finalmente Expectativas con 2 personas. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Poder es lo esperado como Incentivos y es a su vez el de menor motivación para la expectativa en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>PO (Poder)</b>	<b>4</b>
Activación	4
Expectativas	2
Ejecución	6
Incentivos	17
Satisfacción	15

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para el componente de Incentivos (17 sujetos), 5 corresponden al sexo femenino y 12 al sexo masculino, por lo que podemos ver que es un factor preponderante para ambos sexos si contemplamos que la muestra total contempla a 7 mujeres y 13 hombres. Es también debido a lo anterior que podemos atribuir a todo el rango de edades dentro de los interesados en dicho componente. Con relación al valor de Satisfacción (15 sujetos), 5 son del sexo femenino y 10 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es importante en ambos sexos y para todo el rango de edades. Para el componente de

Ejecución (6 personas) se observa que 3 mujeres y 3 hombres lo eligieron, por lo que se puede decir que su correlación con respecto al factor de sexo es estrecha. Con relación a las edades, podemos ver que la media de edades es 27 años aproximadamente, pero va con un intervalo de entre los 26 años a los 31, por lo que también se contempla un factor importante para toda la población de estudio. Con respecto al componente de Activación (4 sujetos), podemos observar que fue elegido por 2 mujeres y 2 hombres, mostrando continuar con una correlación en cuanto a la identidad de género para este componente y factor. De acuerdo a las edades, podemos observar que tanto para hombre como para mujeres la edad fue de 28 años. Finalmente el componente de Expectativas solo apareció en dos personas, un hombre y una mujer, aunque la diferencia de edades parece un dato significativo, ya que él es de 28 años y ella de 23 años.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	17	5 Femenino	23-32 años
		12 Masculino	
Satisfacción	15	5 Femenino	23-32 años
		10 Masculino	
Ejecución	6	3 Femenino	27 años
		3 Masculino	
Expectativas	2	1 Femenino	23 años
		1 Masculino	28 años
Activación	4	2 Femenino 2 Masculino	28 años

### FACTOR SE (Seguridad)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Satisfacción con un 99, Ejecución con 98.18, Valor de Incentivos con 94.93, Expectativas con 94.50 y Activación con 0 lo cual quiere decir que el factor SE sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>SE (Seguridad)</b>	<b>96.05</b>
Activación	0
Expectativas	94.5
Ejecución	98.18
Incentivos	94.93
Satisfacción	99

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para el valor de Incentivos con 14 sujetos. Le sigue el componente de Ejecución con 11 sujetos, Expectativas y Satisfacción ambos con 2 personas cada uno y Activación que no fue elegido por ningún sujeto de la muestra. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Seguridad es lo esperado como Incentivos mayormente y es a su vez el de menor motivación para la activación en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>SE (Seguridad)</b>	<b>3</b>
Activación	0
Expectativas	2
Ejecución	11
Incentivos	14
Satisfacción	2

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para los componentes de Valor de Incentivos (14 sujetos), 5 corresponden al sexo femenino y 9 al sexo masculino, por lo que podemos ver que son un factor preponderante para ambos sexos dentro de la muestra. Es también debido a lo anterior que podemos atribuir a todo el rango de edades dentro de los interesados en dicho componente (26 a 31 años). Con relación al valor de Ejecución (11 sujetos), 5 son del sexo femenino y 6 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es importante en ambos sexos y para todo el rango de edades. Para el componente de Expectativas y Satisfacción (2 personas cada uno) se observa que en ambos casos los sujetos corresponden al sexo masculino, por lo que denota una preferencia de este sexo ante el componente y mostrando una correlación en edades, ya que se presenta en sujetos de entre 28 a 31 años, es decir, los mayores de la muestra. Con respecto al componente de Activación no fue elegido por ninguno de los sujetos de la muestra, por lo que se considera no significativo para la motivación en la muestra.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	14	5 Femenino	23-32 años
		9 Masculino	
Satisfacción	2	2 Masculino	28-31 años
Ejecución	11	5 Femenino	23-32 años
		6 Masculino	
Expectativas	2	2 Masculino	28-31 años
Activación	0	0	0

#### FACTOR AS (Aceptación e Integración Social)

A) El orden de medias obtenidas para cada uno de los componentes en este factor son: Activación con 99, Expectativas con un 96.63, para la Ejecución un 94.64, para la Satisfacción un 94.25 y Valor de Incentivos con 93, por lo cual quiere decir que el factor AS sería el adecuado para cubrir necesidades como las mencionadas para motivar a la población muestra.

FACTOR	MEDIA
<b>AS (Aceptación e Integración Social)</b>	<b>94.43</b>
Activación	99
Expectativas	96.63
Ejecución	94.64
Incentivos	93
Satisfacción	94.25

B) En cuanto al número de sujetos que eligieron cada uno de los componentes denotamos que existió una mayor tendencia en este factor para el valor de los Ejecución con 11 sujetos. Le sigue el componente de Incentivos y Expectativas con 8 sujetos cada uno, Satisfacción con 4 personas y Activación con 2 sujetos. Debido a lo anterior se puede observar que el factor de Aceptación e Integración Social es lo esperado como Ejecución y es a su vez el de menor motivación para la activación en la población muestra.

FACTOR	APARICIÓN
<b>AS (Aceptación e Integración Social)</b>	<b>3</b>
Activación	2
Expectativas	8
Ejecución	11
Incentivos	8
Satisfacción	4

C) Analizando las variables de sexo y edad para cada uno de los componentes podemos observar que para el componente de Ejecución (11 sujetos), 3 corresponden al sexo femenino y 8 al sexo masculino, por lo que podemos ver que es un factor de mayor peso para la población masculina. En cuanto al rango de edades se observa que se contempla todo el espectro des de los 23 a 32 años. Con relación al componente de Incentivos (8 sujetos), 2 son del sexo femenino y 6 del sexo masculino, por lo que de igual forma que el punto anterior podemos atribuir que este factor es de mayor importancia en los hombres que en las mujeres y con el rango de edades de 26 a 32 años. Para

el componente de Expectativas (8 personas) se observa que 3 mujeres y 5 hombres lo eligieron, por lo que se puede decir que la importancia mostraría una ligera tendencia hacia el lado femenino. Con relación a las edades, se encuentran cubiertas por todo el espectro de 23 a 32 años. Con respecto al componente de Satisfacción (4 sujetos), podemos observar que fue elegido por sujetos del sexo masculino, por lo que la inclinación para este tipo de componente se denota una gran tendencia al sexo masculino. De acuerdo a las edades, podemos observar que se encuentra marcado con la edad media hacia arriba (27 a 31 años). Finalmente el componente de Activación solo apareció en dos personas, un hombre y una mujer, aunque la diferencia de edades parece un dato significativo, ya que él es de 28 años y ella de 23 años.

COMPONENTE	SUJETOS APLICANTES	SEXO	RANGO EDAD
Incentivos	8	2 Femenino	26-32 años
		6 Masculino	
Satisfacción	4	4 Masculino	27-31 años
Ejecución	11	3 Femenino	23-32 años
		8 Masculino	
Expectativas	8	3 Femenino	23-32 años
		5 Masculino	
Activación	2	1 Femenino	23 años
		1 Masculino	28 años

## CAPÍTULO V

### C O N C L U S I O N E S

El presente estudio pretendía comprobar que el factor de Autodesarrollo (AD) contemplado en la escala MPS era el principal factor de motivación que afecta significativamente a la población muestra (consultores de TI que laboran en las PYMES del ramo). Sin embargo, resultó que el principal factor de motivación es el de Reconocimiento Social (RS), dejando en segundo lugar al de Autodesarrollo (AD), aunque la diferencia fue mínima (0.26) de acuerdo a sus medias (98.54 VS 98.28). Lo anterior puede justificarse con la teoría de Maslow de que los individuos deben cubrir primero su de Estima, la cual nos indica que los individuos necesitan algo más que ser solo un miembro de un grupo, necesitan recibir reconocimiento de los demás en términos de respeto, status, prestigio, etc. antes de llegar a la necesidad de Autorrealización, que consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno (sensación autosuperadora permanente). En tal caso es posible que debido a que la industria de TI es de “reciente” desarrollo, sus integrantes se encuentran cubriendo las necesidades propuestas por Maslow a la par de su desarrollo y están por alcanzar el último nivel que los llevará a la autorrealización (siempre y cuando los directivos de estas empresas se preocupen por desarrollar estrategias de motivación en sus empleados).

Por otra parte, si bien no se pudo comprobar que el factor de Poder (PO) es el factor de motivación que afecta en menor grado a la población de estudio, se puede observar que tampoco figura dentro de los 3 principales, ya que ocupa el cuarto lugar (de 6) con una amplia diferencia con respecto a la media del factor

principal (RS) siendo esta de 1.77 (98.54 VS 96.77). Aún así podemos concluir que dicho factor no figura en último lugar, ya que finalmente el factor PO comprende el ingreso monetario que tiene el individuo, y este a la vez implica el poder cubrir o sustentar las necesidades básicas que son: alimentación (hambre), vivienda, vestimenta, etc.

En cuanto a delimitar qué factor es el de mayor concurrencia y por ende el que representa el fin común que persiguen y motivan a los empleados de la población muestra, podemos observar que tanto el factor AD como RS fueron los únicos que cumplieron con cubrir los 5 componentes de medida (Activación, Expectativa, Ejecución, Valor de Incentivos y Satisfacción), aunque solo fuera con 1 sujeto en cada caso. Lo anterior nos demuestra que todos los sujetos de estudio buscan el poder cubrir los 5 niveles de necesidades propuestos por Maslow (y que se retoman en distinta forma en las demás teorías) como fin último para sentirse motivados dentro de su ambiente laboral.

Con respecto a la variable de sexo, se concluye que tanto el factor RS como AD resultaron ser más susceptibles para las mujeres, ya que en el caso de ambos factores, las personas que eligieron los 5 factores para cada uno resultaron del sexo femenino. En contraposición, podemos observar que los factores PO, SE y AS resultaron ser más representativos para el sexo masculino. Finalmente se pudo observar que existió un factor medio entre ambos sexos, el cual resulto ser el factor AC. Estos resultados nos indican que existe un mayor apego por parte de las mujeres a buscar el reconocimiento social y el autodesarrollo en contraste con

los hombres, quienes buscan tener mayor poder, seguridad y, por ende, aceptación social, que son los móviles para sentirse motivados. Sin embargo en ambos casos se observa que el autoconcepto de los individuos es un factor de alta valía, probablemente ya que el hecho de contar con un concepto “Yoico” adecuado, desembocará en poder buscar cubrir las demás necesidades de los sujetos de estudio.

Finalmente en cuanto a los resultados que se obtuvieron con respecto a la edad, se pudo observar que la media representativa para los factores RS, AD, AC y PO fue de 28 años contrastando con el factor SE, que se encontró representado por un sujeto de 31 años y otro de 27, por lo que podemos concluir que este último factor resultó ser más representativo en las personas de mayor edad, así como en las más jóvenes, pero no para la media estándar de edades. Así también el factor AS fue el único que demostró tener una tendencia en toda la gama de edades de la muestra (23-32 años), ya que resultó ser un factor representativo de todas las edades. Lo anterior nos puede llevar a concluir que la población de edad media (28 años) aún se siente con la “fuerza” (física y mental) suficiente para buscar satisfacer las necesidades de reconocimiento social, autodesarrollo, autoconcepto y poder, mientras que los sujetos más jóvenes como los de edad madura, buscan más la seguridad, probablemente ya que los jóvenes apenas comienzan la búsqueda de oportunidades y de estabilidad (incluyendo la independencia) y los de edad madura buscan establecerse y formar/mantener una familia, a diferencia de la edad media en la población, quienes probablemente se encuentran en medio de estas necesidades.

## L I M I T A C I O N E S

En el estudio realizado se presentaron dos limitantes principales que pudieran considerarse como un factor de sesgo para los resultados obtenidos en la muestra poblacional. Dichas limitantes fueron:

1. No se contó con el apoyo o autorización de ninguna PYME para poder tener acceso a su personal con la intención de recabar información directa de los mismo o bien para poder realizar la aplicación de la Escala MPS. Lo anterior debido a las políticas internas de las empresas, las cuales dificultan el acceso a terceros para realizar investigaciones de este tipo.
2. Debido a lo anterior, se recurrió a contactar directamente a algunos consultores en el ramo para pedir su apoyo de forma “voluntaria” para que respondieran los reactivos de la Escala MPS y formaran parte del estudio de motivación laboral en las PYMES de TI, por lo que la población muestra no pudo contar con un amplio número de representantes, teniendo que limitarse a 20 sujetos de estudio.

## S U G E R E N C I A S

Debido a que el presente estudio pretende ser la base para futuros estudios relacionados con el tema de Motivación Laboral en las PYMES relacionadas a la industria de Tecnologías de Información, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Buscar el apoyo de las áreas de Recursos Humanos en dichas empresas para poder llegar a un acuerdo que permita al investigador realizar su proyecto contando con una muestra representativa y que a la vez constituya una opción de mejora para el clima laboral de dichas empresas.
2. Investigar si existe otro instrumento que mida los factores o componentes de motivación laboral y que pueda contrastar o corroborar los contemplados en la Escala MPS para obtener una mayor gama de respuestas y a la vez enriquecer el estudio sobre el tema.
3. Indagar sobre la existencia de literatura o información que contemple las diferencias que existen dentro de la motivación con relación a aspectos como edad y sexo, ya que resultaron ser aspectos significativos en los resultados obtenidos en el presente estudio y que repercutirían en una mayor sustentación del tema, así como de mayor detalle de acuerdo a los mismos.
4. Averiguar si existe en las PYMES de TI algún plan de mejora organizacional que pudiera favorecerse con un estudio “a la medida” para el perfeccionamiento del desarrollo de clima organizacional basándose en los resultados obtenidos del presente estudio, lo cual podría repercutir en un

beneficio tanto para el investigador, la empresa y sobre todo los empleados de la misma.

## A P O R T A C I O N E S

Las aportaciones que se contemplan en el presente estudio son las siguientes:

1. El presente estudio se formula para ser el precedente de futuras investigaciones que se lleven a cabo sobre el tema de motivación laboral en las PYMES dedicadas al ramo de Tecnologías de información, así como para formular estrategias de mejora en el clima laboral de dichas organizaciones.
2. Aplicación Vía Web de un instrumento de medición psicométrica para la motivación (Escala MPS): En este caso se hace una aportación en cuanto a la comunicación que tradicionalmente se maneja en la aplicación de instrumentos psicométricos, ya que generalmente se utiliza la aplicación presencial de los instrumentos y en este caso se ha utilizado la aplicación vía Web como un método moderno que se apoya en los avances tecnológicos de nuestro tiempo, obteniendo con ello una facilidad de respuesta por parte de los individuos que no requirieron desplazarse a un lugar en específico para poder participar en el presente estudio.
3. Realización de un Programa en Excel para la calificación masiva de la Escala MPS: Para la aplicación del instrumento utilizado en el presente estudio, se transcribió la Escala MPS en un archivo Excel para poder ser enviada y respondida por los sujetos de estudio. Esto a su vez conlleva a realizar un programa en Excel para facilitar su calificación, ya que la prueba cuenta con 6 plantillas de calificación manual y para poderlas aplicar se hubiera requerido transcribir los resultados en las hojas de respuesta físicas que contiene la escala, por lo que se procedió a vaciar los puntajes en un

machote de Excel donde automáticamente al copiar y pegar los resultados, se realizaran las ecuaciones aritméticas correspondientes y así obtener los puntajes directos, los cuales solo se deben cambiar a puntuación centil para obtener las gráficas de resultados correspondientes, lo cual reduce el tiempo requerido para la calificación de dicho instrumento.

## B I B L I O G R A F Í A

de Catanzaro, Denys A.  
Motivación y Emoción  
Ed. Prentice Hall, 2001

Cofer, Charles N.  
Motivación y Emoción  
Ed. Limusa, 2000

Guillén Gestoso, Carlos et. al.  
Psicología del Trabajo para Relaciones Laborales  
Ed. MacGraw Hill, 2000

Dunnette, Marvin D.  
Psicología Industrial  
Ed. Trillas, 1998

Siegel, Lawrence; Lane, Irving M.  
Psicología de las Organizaciones Industriales  
Ed. Compañía Editorial Continental, 1984

Maslow, Abraham H.  
El Management según Maslow  
Ed. Paidós, 2005

Méndez Ramírez Ignacio, et. al.  
El Protocolo de Investigación  
Ed. Trillas, 2006

Ibáñez Brambila, Berenice  
Manual para la Elaboración de Tesis  
Ed. Trillas, 2002

Sistemas y Tecnologías de Información  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n39/lorozco.html>

Desarrollo de Sistemas ERP en México

[http://www.zonadenegocios.com.mx/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=2](http://www.zonadenegocios.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=2)

Las Metas en cuanto a TI, Asunto pendiente que no se debe olvidar

<http://www.amedirh.com.mx/apartados/articulos/documentos/septiembre/art060906/ti.html>

El Desarrollo de Software: Vía para la productividad, la innovación y el fortalecimiento de una industria

<http://www.select.com.mx>

SE: Prosoft tendrá continuidad en la siguiente administración

[http://www.softwareguru.com.mx/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=106&Itemid=46](http://www.softwareguru.com.mx/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=106&Itemid=46)

# ESCALA MPS

## I N S T R U C C I O N E S

Esta Escala no es una prueba con respuestas correctas o incorrectas. Se trata de un cuestionario que describe aspectos, sobre todo de tipo profesional y laboral.

En ella encontrará dos tipos de enunciados. En la primera parte encontrará enunciados con dos alternativas.

EJEMPLO (1ª parte): “Los éxitos profesionales me importan mucho...”

y en la Hoja de respuestas estarán las letras V y F. Si ud. está de acuerdo con la frase anterior, señalará en la Hoja la **V (verdadero)**; si ud. no está de acuerdo con el enunciado, marcará en la Hoja la **F (falso)**

En la segunda y tercera partes hallará unos enunciados y ud. podrá elegir solamente aquellos que le resulten atractivos. No tiene que elegir necesariamente todos.

EJEMPLO (2ª parte): “Trabajar en equipo...”

y en la Hoja de respuestas estarán los números , 2, 3 y 4. Si este enunciado le resulta atractivo, precise el grado de importancia que tiene para ud. señalando en la Hoja uno de los números, atendiendo a la escala siguiente: **2-normal, 3-mucho, 4-muchísimo.**

EJEMPLO (3ª parte): “Decisiones de mis jefes...”

y en la Hoja estarán los números 1, 2, 3 y 4. Si este enunciado le resulta atractivo, precise el grado de satisfacción que le produce a ud. señalando en la Hoja uno de los números, atendiendo a la escala siguiente: **1-alguno, 2-normal, 3-mucho, 4-muchísimo.**

Por favor, sea sincero en sus respuestas y procure contestar a todas las cuestiones. La prueba no tiene tiempo limitado; no obstante, trabaje con rapidez.

## ESCALA MPS

### PRIMERA PARTE

1	Busca con afán la confianza y aprecio de sus jefes y superiores	V	F
2	Necesita ocupar algún puesto o cargo de alta responsabilidad para poner a prueba su valía profesional	V	F
3	Siente a menudo la necesidad de realizar grandes proyectos	V	F
4	En general, tiene un gran interés por ampliar conocimientos relacionados con su trabajo	V	F
5	Siempre le ha gustado formar parte del equipo directivo de su empresa	V	F
6	Tener un puesto de trabajofijo es muy importante para ud. y/o su familia	V	F
7	En general, prefiere realizar su trabajo en equipo que individualmente	V	F
8	Le gusta que le pidan opinión en los asuntos relativos a su trabajo y/o actividad profesional	V	F
9	Generalmente intenta resolver los problemas de su vida por si mismo	V	F
10	Ocupar un puesto o cargo con mayor responsabilidad es tan importante para ud. que lo aceptaría con la misma asignación económica que la que percibe actualmente	V	F
11	Desearía realizar alguna actividad que le permitiera dirigir algún grupo de personas	V	F
12	Preferiría un trabajo estable sin grandes posibilidades profesionales, al de grandes posibilidades pero no fijo	V	F
13	Con frecuencia necesita de otras personas comprensión y afecto	V	F
14	Le importa mucho lo que la gente pueda decir de ud.	V	F
15	Es importante para ud. conseguir las metas y realizar los proyectos que se ha propuesto	V	F
16	Prefiere aceptar nuevas responsabilidades profesionales con gran riesgo, a trabajar con menos responsabilidades y riesgo	V	F
17	Ocupando algún cargo directivo y/o políticose sentiría más feliz	V	F
18	No le importa que supervisen su labor con tal de asegurarse el puesto de trabajo	V	F
19	Con frecuencia siente necesidad de contar sus vivencias y sentimientos a otras personas de confianza	V	F
20	Busca las situaciones y oportunidades que le permitan dar a conocer su preparación y valía	V	F
21	Cada vez más, necesita que todos sus proyectos le salgan bien	V	F
22	Desearía realizar cursos de formación con cierta periodicidad para mejorar su eficacia laboral	V	F
23	Le gustaría tener algún papel influyente en las decisiones de su empresa, aunque no tenga puesto directivo ni mando personal	V	F
24	Siente a menudo deseos de ganar mucho dinero, aunque realmente no lo necesite para vivir	V	F
25	Para ud. es muy importane estar unido y ser aceptado por los compañeros, amigos y personas en general	V	F
26	Le gusta realizar con frecuencia algún tipo de acciones que llamen la atención de los demás	V	F
27	A menudo considera que debería cambiar su imagen ante los demás	V	F

28	Preferiría un trabajo bien remunerado a uno interesante y creativo	V	F
29	Desearía ocupar algún cargo importante con el fin de lograr una posición social más alta	V	F
30	Sería más importante para ud. Trabajar en otra empresa líder del sector	V	F
31	Considera imprescindible la ayuda de otras personas en los momentos difíciles	V	F
32	Generalmente tiende a ocupar un primer plano y a destacar sobre los demás	V	F
33	Ganando más dinero conseguirá mayor seguridad en sí mismo	V	F
34	Debe proponerse nuevas metas para llegar a ser lo que ud. desearía ser	V	F
35	Es ud. una persona que está dispuesta a todo para conseguir lo que se propone	V	F
36	Desearía tener un mejor ambiente físico y humano en su trabajo	V	F
37	Una de las cosas más importantes en su vida es contar con buenos amigos	V	F
38	Desearía tener la oportunidad de ofrecer alternativas y soluciones para demostrar su formación y preparación profesional	V	F
39	Desearía tener una personalidad más ajustada a las situaciones	V	F
40	Frecuentemente siente la necesidad de cambiar las condiciones actuales de su vida	V	F
41	En general, le gusta influir en los proyectos y decisiones de los demás	V	F
42	Le gustaría mantener el puesto o cargo que actualmente desempeña, hasta que se jubile	V	F
43	Siente a menudo la necesidad de ampliar el círculo de sus amistades	V	F
44	Busca que la gente hable bien de ud. y/o de su trabajo	V	F
45	Le gustaría dirigir y/o supervisar el trabajo de otras personas	V	F
46	Desearía que la organización y funcionamiento de su empresa o entidad fuesen más efectivas	V	F
47	Le gusta que sus compañeros de trabajo cuenten con ud. ante problemas importantes o difíciles o de otro tipo de actividades	V	F
48	Es ud. una de esas personas que luchan en búsqueda de una mayor promoción profesional y ascenso social	V	F
49	Es preferible trabajar en la Administración o el Estado con menor sueldo y posibilidades, a hacerlo en la empresa privada, con superior retribución, posibilidades profesionales y mayor riesgo	V	F
50	Desea que sus relaciones afectivas de pareja y amistad sean siempre estables	V	F
51	Es muy importante para ud. conseguir en su trabajo unas buenas relaciones humanas	V	F
52	Se considera ud. como una persona que posee una gran capacidad para ganarse amigos	V	F
53	La mayoría de sus compañeros le aceptarían como coordinador o supervisor en alguna tarea importante	V	F
54	El día de su jubilación estará satisfecho de su labor profesional realizada	V	F
55	Podrá lograr en gran medida todo lo que se proponga en la vida	V	F
56	Se arriesgará en la toma de decisiones con tal de impresionar a los demás	V	F

57	Por sus méritos (conocimientos, experiencia y valía), tiene asegurado el puesto o cargo que actualmente ocupa en su empresa	V	F
58	Puede alcanzar un pleno desarrollo afectivo en el ámbito familiar	V	F
59	Piensa que los demás le aceptan tal como es	V	F
60	Está capacitado para desempeñar un cargo o puesto de nivel superior	V	F
61	Desde el nivel profesional que ocupa podrá llegar a alcanzar algún cargo de responsabilidad	V	F
62	Estaría dispuesto a utilizar todos los medios con tal de subir social y/o profesionalmente	V	F
63	Considera que la solvencia de su empresa u organismo le podrá mantener en plantilla un largo plazo de tiempo	V	F
64	Puede contar con el respaldo de sus compañeros y amigos en los momentos difíciles	V	F
65	Cree que la dirección de su empresa le elegiría entre otros candidatos para un puesto de mayor responsabilidad	V	F
66	Posee las características necesarias para dirigir técnica y humanamente a un equipo de trabajo	V	F
67	En su centro de trabajo se puede lograr un buen ambiente laboral y de relaciones humanas	V	F
68	Considera que con dinero se puede lograr todo aquello a lo que aspira	V	F
69	Teniendo o ganando más dinero se sentirá más seguro de sí mismo	V	F
70	Como persona podrá llegar a lograr una integración satisfactoria dentro del mundo laboral	V	F
71	Si ud. ocupe un cargo directivo podría demostrar a los demás su valía profesional	V	F
72	Considera que es está preparado para afrontar cualquier problema relativo a su actividad profesional	V	F
73	Podrá lograr en su vida unas relaciones de amistad totalmente positivas	V	F
74	Podría mejorar su rendimiento laboral actual	V	F
75	Sus compañeros de trabajo le aceptarían como jefe por sus cualidades profesionales	V	F
76	Es una persona promocionable dentro de su empresa	V	F
77	Su puesto de trabajo favorece el desarrollo integral de la persona	V	F
78	Cree que su empresa le ofrecerá la posibilidad de participar en la toma de decisiones	V	F
79	Piensa que tiene en su empresa o entidad muchas posibilidades de alcanzar sus aspiraciones de promoción y ascenso	V	F
80	Podrá llegar a ser un profesional brillante dentro de su ámbito o sector	V	F
81	En su centro de trabajo se puede lograr un buen ambiente de relaciones humanas	V	F
82	Como persona podrá lograr un estatus profesional y social adecuados	V	F
83	Considera que tiene facilidad para formar un equipo de trabajo y que éste le aceptaría fácilmente	V	F
84	Tiene la impresión de que a menudo sus compañeros de trabajo lo marginan	V	F
85	Sus compañeros de trabajo tienen una opinión positiva de ud.	V	F
86	Las decisiones tomadas por ud. en la mayoría de los casos, nson las más adecuadas	V	F

<b>87</b>	En general, se preocupa por el desempeño de sus tareas profesionales	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>88</b>	Es constante en la búsqueda de medios para ascender de nivel o categoría profesional	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>89</b>	Ha conseguido un puesto de trabajo seguro	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>90</b>	Se esfuerza por ganarse la confianza y aprecio de sus compañeros, amigos y otras personas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>91</b>	Sus jefes y superiores consideran que las decisiones tomadas por ud. son generalmente las más adecuadas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>92</b>	Conoce su trabajo y lo ejecuta conforme a las exigencias del mismo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>93</b>	Generalmente dedica gran parte de su tiempo libre en actividades complementarias a su trabajo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>94</b>	Ha realizado en su vida grandes proyectos	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>95</b>	Considera que tiene un trabajo bien remunerado	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>96</b>	En general, en los momentos difíciles de su vida siente el respaldo de las personas allegadas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>97</b>	Sus jefes y superiores le reconocen su valía profesional	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>98</b>	Trabaja más y mejor que el resto de sus compañeros	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>99</b>	Su cargo o puesto de trabajo le permite llevar a cabo la toma de decisiones e iniciativas propias	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>100</b>	Gana y/o posee mucho dinero y bienes	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>101</b>	Tiene en la actualidad un trabajo que le permite ofrecer alternativas y soluciones a los problemas de la empresa	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>102</b>	Se siente integrado dentro de su grupo de trabajo o departamento	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>103</b>	Los demás le consideran idóneo para el puesto que ocupa	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>104</b>	Ha realizado en la vida muchas cosas que han valido la pena	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>105</b>	Su trabajo le enriquece peronal y profesionalmente	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>106</b>	Ocupa ya un puesto considerado como importante de ejecución o consulta	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>107</b>	Su empresa u organismo tiene solvencia y categoría para mantnerle en plantilla por mucho tiempo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>108</b>	Sus relaciones de amistad en la actualidad, son altamente positivas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>109</b>	En su empresa tienen en cuenta su opinión en los asuntos relativos a su trabajo y/o actividad profesional	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>110</b>	En general, resuelve, por si mismo los problemas relativos a su trabajo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>111</b>	Es ud. una persona a la que le gusta empezar muchas cosas, pero acaba muy pocas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>112</b>	Su cargo o puesto le permite dirigir y/o supervisar el trabajo de otras personas	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>113</b>	Se siente a gusto con las condiciones físicas y humanas de su trabajo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>114</b>	Sus relaciones afectivas en el ámbito familiar son estables y satisfactorias	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>115</b>	Si tiene que exponer algo en público, está seguro de lo que dice	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>116</b>	El ámbito físico y humano de su trabajo favorece el buen hacer e, incluso, la creatividad	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>117</b>	Es ud. una persona importante e influyente profesionalmente	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>118</b>	Está satisfecho de las tareas y funciones que desempeña actualmente	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>119</b>	Intenta ganarse cada día más amigos	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>120</b>	A menudo sus proyectos le salen mal	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>121</b>	Se siente plenamente integrado dentro de su círculo de amigos	<b>V</b>	<b>F</b>

<b>122</b>	Hasta el momento ha logrado un rendimiento laboral satisfactorio	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>123</b>	Se siente a gusto con sus compañeros de trabajo	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>124</b>	En la actualidad pone los medios necesarios para su promoción profesional y ascenso social	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>125</b>	Su trabajo le permite demostrar su valía profesional	<b>V</b>	<b>F</b>
<b>126</b>	Ha obtenido ya muchos éxitos en su vida	<b>V</b>	<b>F</b>

## SEGUNDA PARTE

<b>127</b>	Participación en la toma de decisiones	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>128</b>	Buen ambiente laboral	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>129</b>	Aprecio y consideración de sus jefes y superiores	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>130</b>	Aprecio y consideración de sus compañeros	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>131</b>	Aprecio y consideración de sus subordinados	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>132</b>	Relaciones afectivas estables	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>133</b>	Cargo o puesto de gran responsabilidad	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>134</b>	Valía profesional	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>135</b>	Status profesional y social alto	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>136</b>	Posibilidad de promoción y ascenso profesional	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>137</b>	Independencia y autonomía en el trabajo	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>138</b>	Retribución económica elevada	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>139</b>	Éxito profesional	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>140</b>	Oportunidades de formación y desarrollo profesional	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>141</b>	Innovación tecnológica en la empresa	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>142</b>	Desarrollo de la propia iniciativa y trabajo creativo	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>143</b>	Condiciones físicas y ambientales agradables del trabajo	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>144</b>	Dirigir y supervisar	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>145</b>	Influencias y poder en la empresa o en la sociedad	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>146</b>	Adaptación física y normativa al trabajo	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>147</b>	Solvencia, prestigio y organización de la empresa	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

### TERCERA PARTE

148	Retribución económica actual	1	2	3	4
149	Trabajo altamente especializado	1	2	3	4
150	Innovación tecnológica de la empresa	1	2	3	4
151	Nivel de independencia en el desempeño de su trabajo	1	2	3	4
152	Influencia y poder en su empresa	1	2	3	4
153	Dirigir y supervisar a otros	1	2	3	4
154	Moral de grupo o equipos de trabajo	1	2	3	4
155	Participación en la toma de decisiones	1	2	3	4
156	Rendimiento laboral	1	2	3	4
157	Desarrollo de la propia iniciativa	1	2	3	4
158	Tareas y funciones que realiza actualmente	1	2	3	4
159	Ambiente humano en su trabajo	1	2	3	4
160	Condiciones físicas y ambientales del trabajo	1	2	3	4
161	Relaciones con sus compañeros	1	2	3	4
162	Relaciones con sus amigos	1	2	3	4
163	Formación y desarrollo profesional	1	2	3	4
164	Promoción y ascenso personal en su empresa	1	2	3	4
165	Valía profesional	1	2	3	4
166	Éxitos profesionales alcanzados	1	2	3	4
167	Con su personalidad y carácter	1	2	3	4
168	Status profesional y social	1	2	3	4
169	Puesto o cargo actual	1	2	3	4
170	Organización y funcionamiento de su empresa	1	2	3	4
171	Opinión de los demás acerca de usted	1	2	3	4
172	Relaciones afectivas de pareja	1	2	3	4
173	Relaciones positivas con los hijos	1	2	3	4