UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES (INDUSTRIÓLOGO)

Título:

RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE PASANTES UNIVERSITARIOS PARA EL AÑO 2017

Realizado por:

EUGENIA PATRICIA RINCÓN PARRA
PAOLA KATHERINA MENDOZA REVERÓN

Profesor guía: GUILLERMO YÁBER OLTRA

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la
Calificación de: _____ ( ) puntos.

Nombre: _____Firma: _____

Nombre: _____Firma: _____

Nombre: _____Firma: _____

Caracas de de

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: RELACIONES INDUSTRIALES

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL DE PASANTES UNIVERSITARIOS PARA EL AÑO 2017

Tesista: Eugenia Patricia Rincón Parra

Tesista: Paola Katherina Mendoza Reverón

Tutor: Guillermo Yáber

Caracas, septiembre del 2017

DEDICATORIA

A nuestros padres, pilar y apoyo de nuestras vidas, decisiones, celebraciones y tristezas.

Gracias a ustedes nos convertimos en industriólogos con valores, virtudes y pasiones.

Lo son todo, y más.

A Venezuela, por ser nuestro hogar, por formarnos, por anhelar un país mejor.

Por los caídos, por los héroes sin capa, por nuestra libertad.

A nosotras,

“A todas las niñas valientes que salen a realizar sus sueños”

–Rubén Darío

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por su guía hacia la luz cuando nos encontrábamos en momentos de dificultad. Por escuchar nuestras oraciones, y darnos la oportunidad de lograr esta meta a pesar de las adversidades.

Gracias a nuestros padres (mami, papi, Jesús y Kathy) por el apoyo, escucharnos y guiarnos; por calmar nuestros llantos, apaciguar los miedos, sacarnos sonrisas y repetirnos - una y mil veces - que todo estaría bien. Por y para ustedes logramos hoy ser Industriólogos ucabistas. Mil gracias.

Gracias Coco por hacer esto posible, por tu apoyo y tu ejemplo. Por creer todo este tiempo en mí y ayudarme siempre. Espero que estés orgulloso, todo fue gracias a ti. Te quiero muchísimo.

Gracias a la UCAB por ser más que una casa de estudio, gracias a sus profesores por ir más allá de la teoría, por ser ejemplo de responsabilidad, perseverancia, respeto, compromiso, solidaridad, servicio y excelencia. En todo amar y servir.

Gracias a nuestros amigos, colegas que nos acompañaron en este largo camino, son de las razones por la cual esta travesía valió la pena.

Gracias a ti, mi compañera de tesis, de trabajos, de batallas, de llantos, de risas, de felicidad, pero sobre todo mi AMIGA Paola Katherina. Gracias por realizar este viaje maravilloso conmigo ¡¡Lo logramos!!

Eugenia Rincón Parra

Gracias a mis abuelos, Omaira e Isaias, quienes me inspiraron a perseguir los sueños que un día decidí que quería alcanzar, y que sin duda me han ayudado a convertirme en la mujer que soy ahora. Gracias por el tiempo dedicado, por las enseñanzas y la paciencia.

A mis padres, Jesús y Kathy, por brindarme todo lo que estuvo a su alcance para lograr esta meta. Sus consejos me ayudaron a tomar las decisiones correctas y su esfuerzo ha hecho que no me falte nada. Son el ejemplo de que con trabajo duro todo se puede.

A mi hermana Sophia, quien es un motor en mi vida y de quien espero ser ejemplo a seguir por logros como estos. Te amo hermanita.

A Patricia y Guillermo, por todo su apoyo y por siempre tratarme como una hija más.

Gracias a la universidad, por los amigos que me permitió conocer, y a ellos por ser el mejor apoyo durante este reto.

Finalmente, gracias a ti Eugenia Patricia, por acompañarme en esta aventura universitaria, fue un viaje largo y con obstáculos, pero logramos superarlo juntas. Gracias por ser mi amiga en las buenas y en las malas. ¡Lo Logramos!

Paola Mendoza Reverón

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA ..... **iii**

AGRADECIMIENTOS ..... **iv**

ÍNDICE GENERAL ..... **vi**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **viii**

RESUMEN ..... **xi**

INTRODUCCIÓN ..... **xi**

CAPITULO I **15**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 25

OBJETIVO GENERAL 25

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 25

HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 26

CAPITULO II **27**

MARCO TEÓRICO 27

1. MOTIVACIÓN 27
2. COMPROMISO ORGANIZACIONAL 43

CAPITULO III **58**

MARCO REFERENCIAL 58

CAPITULO IV **60**

MARCO METODOLÓGICO 60

1. DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN 60
2. UNIDAD DE ANÁLISIS, POBLACIÓN Y MUESTRA 61
3. DEFINICIÓN DE VARIABLES 62
4. INTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS 67
5. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS 77
6. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS 78
7. FACTIBILIDAD 78
8. CONSIDERACIONES ÉTICAS Y LEGALES 79

CAPITULO V **80**
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 80

CAPITULO VI **101**
DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y RECOMENDACIONES 101

CAPITULO VI **105**
CONCLUSIONES 105

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **107**

ANEXO A **116**
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 116

ANEXO B **127**
TABULACIÓN DE LOS ÍTEMS PARA LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 127

ANEXO C **129**
MATRIZ DE DATOS PARA LAS RESPUESTAS 129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Dimensiones de la variable Motivación……....64

Tabla #2: Definición Operacional de la variable Motivación……..64

Tabla #3: Dimensiones de la variable Compromiso Organizacional……..65

Tabla #4: Definición Operacional de la variable Compromiso Organizacional…....66

Tabla #5: Distribución ítems de Motivación…….....69

Tabla #6: Codificación grados de aprobación……69

Tabla #7: Equivalencia para la interpretación de la variable Motivación según Nouel y Rodríguez (2002)…….....70

Tabla #8: Confiabilidad de estudios de Motivación…….....71

Tabla #9: Distribución ítems de Compromiso Organizacional…….....72

Tabla #10: Codificación grados de aprobación…….....72

Tabla #11: Planteamientos positivos y negativos…….....73

Tabla #12: Confiabilidad de estudios de Compromiso Organizacional en la UCAB..74

Tabla #13: Estadística Descriptiva de las variables demográficas en la Prueba Piloto.75

Tabla #14: Análisis de Confiabilidad de la Prueba Piloto ……..……77

Tabla #15: Distribución por sexo de los pasantes ……..…….…….81

Tabla #16: Distribución por edad de los pasantes ……...82

Tabla #17: Distribución por semestre o año que cursan los pasantes ……83

Tabla #18: Distribución por duración o tiempo de pasantías …….84

Tabla #19: Estadísticos descriptivos de la variable Motivación……...85

Tabla #20: Estadísticos descriptivos de la variable Motivación por dimensiones ….86

Tabla #21: Escala de Medición de la variable motivación ……..……..……88

Tabla #22: Media de la variable Motivación y sus dimensiones relacionadas con cada variable …….……88

Tabla #23: Estadísticos descriptivos de la variable Compromiso…….…...91

Tabla #24: Estadísticos descriptivos de la variable Compromiso por dimensiones...91

Tabla #25: Escala de Medición de la variable Compromiso Organizacional……....93

Tabla #26: Media de la variable Compromiso y sus dimensiones relacionadas con cada variable sociodemográfica …….……..……93

Tabla #27 Correlación estadística entre las variables Motivación y Compromiso Organizacional y sus dimensiones……..…….....96

Tabla #28: Correlación estadística entre las variables sociodemográficas y la variable Motivación y sus dimensiones ……...……..98

Tabla #29: Correlación estadística entre las variables sociodemográficas y la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones ……..…….….…….100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #1: Distribución por sexo de los pasantes……..……..81

Gráfico #2: Distribución por edad de los pasantes…….……..83

Gráfico #5: Distribución por ente que tutela las pasantías……..85

RESUMEN

Las pasantías universitarias son un programa que permite involucrar a los estudiantes en la relación Universidad-Entorno; el ejercicio realizado por los pasantes logra, una aproximación al ámbito laboral, una interacción entre los dos contextos que los convierte en actores fundamentales del proceso. Esta investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional que manifiestan los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, en Caracas, Venezuela, para el año 2017. Para esto se desarrolló una investigación de tipo transversal correlacional, en la que se medirán las variables Motivación en tres dimensiones (logro, afiliación, poder) y Compromiso Organizacional, también en tres dimensiones (afectivo, de continuidad y normativo). En cuanto a la muestra, se realizó un muestreo no probabilístico de bola de nieve, -o lo que también se conoce como muestreo en cadena-, aplicado entre los pasantes universitarios estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, en el año 2017, la población total fue de 752 estudiantes y la muestra de 81 ya que al momento de esta investigación, no todos los estudiantes estaban realizando pasantías, o las habían culminado en un tiempo no mayor a 6 meses, agregando a su vez el margen de error y que además que estos no fueron obligados a participar en la investigación. A estos se les aplicó un cuestionario basado en dos instrumentos, el primero, "Inventario sobre las Motivaciones Sociales" diseñado por Romero García y Salom de Bustamante, y el segundo, de Compromiso Organizacional (OCQ) desarrollado por Natalie Allen y John Meyer, cuyos resultados fueron procesados por medio del coeficiente de correlación de Pearson. Como resultados se obtuvieron que existe una relación directa y positiva entre la motivación de los pasantes y su compromiso organizacional ($r = 0.756$), es decir, mientras más motivados estén mayor será su compromiso con la empresa.

Palabras clave: Motivación. Compromiso. Organización. Pasantías. Afiliación. Logro. Poder.

INTRODUCCIÓN

En su concepción inicial las universidades se ocupaban de educar y formar profesionales, mientras que las empresas, (públicas o privadas) se dedicaban solo a emplearlos, o de insertarlos en el mercado de trabajo. La dinámica ha cambiado, y ahora ambos escenarios, el educativo y el laboral, se encuentran inter-relacionados para la formación profesional universitaria. El aprendizaje basado en experiencias laborales reales dentro del currículo universitario dejó de ser una opción para derivar en una necesidad. (Sanchéz de Mantrana, 2005)

La fase de pasantías representa, para estudiantes universitarios, un complemento indispensable en su proceso de formación profesional, debido a que les permite dar los primeros pasos del ejercicio competitivo, colocar las bases de lo que luego será la experticia laboral del perfil curricular, conocer el contexto y la dinámica organizacional de las empresas -escenario natural donde se inicia y desarrolla la experiencia del recién graduado-, obtener una visión más amplia acerca de las actitudes necesarias a tomar en una estructura organizacional privada como mercado de trabajo que contribuye -con su dinámica propia- al desarrollo productivo e industrial del país donde se inserta, así como la satisfacción de sus necesidades individuales -y sociales- de logro, afiliación y poder. (Sanchéz de Mantrana, 2005)

En un contexto socio-económico como el de Venezuela, caracterizado por una crisis crónica estructural e institucional generalizada, con altos niveles de incertidumbre, inseguridad, inestabilidad, violencia, desempleo, recesión del aparato productivo, inflación, corrupción, pérdida de valores y un éxodo masivo de recursos humanos de alto nivel hacia otros países, conocer las motivaciones sociales y el compromiso que tienen los pasantes es sumamente importante, dado que podría resultar de gran utilidad para mejorar la formación profesional y su desempeño laboral en contextos de crisis, así como coadyuvar a modificar, flexibilizar y/o optimizar las políticas empresariales que, para la captación del recurso humano mediante los programas sociales de pasantías, sostiene el sector empleador venezolano.

Un panorama cambiante en países como Venezuela, que está marcado por una larga crisis (León, 2013), los desafíos no impactan sólo a empresas, universidades y organismos públicos, sino a los propios estudiantes universitarios; a ese profesional que, al salir del alma mater con una licencia para ejercer en una disciplina determinada, se encuentra en una compleja e incierta realidad que incide en sus niveles de motivación y compromiso, con dudas y obstáculos por vencer, relacionados con necesidades sociales básicas: logro, afiliación y poder.

Estudiar la motivación laboral y el compromiso organizacional de los estudiantes, frente a las empresas promotoras de programas de pasantías, resulta relevante, importante y necesario para desarrollar una buena gestión de recursos humanos a lo interno de las empresas que captan este tipo de recurso humano, y para alcanzar los objetivos institucionales eficientemente, en el área de las relaciones industriales de las organizaciones. Además, la información resultante de esta investigación pudiera representar aportes a las políticas de contratación de pasantes de los organismos que reúnen a empresas participantes del programa de pasantías como, por ejemplo, la Fundación Educación Industria -FUNDEI, "red de apoyo social que se desempeña como bisagra de articulación entre el sector educacional y el sector empleador venezolano, con proyectos multidisciplinarios en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, la Preparación para el Trabajo, la Capacitación Profesional, la Gestión Ambiental Rentable y el Desarrollo Sustentable en sus más amplias expresiones" (Venezuela Site, 2010). Toda información que contribuya a satisfacer las necesidades laborales en las empresas privadas que contratan pasantes mejoraría su calidad competitiva y productiva, así como originaría satisfacción laboral en el capital humano que las sostienen, además de servir para que las organizaciones revisen, modifiquen, flexibilicen, optimicen y actualicen sus políticas de contratación de pasantes no sólo en función de la cambiante dinámica socio-económica del país, sino para la promoción de la persona humana basada en principios y valores éticos de alta excelencia profesional.

El desarrollo del presente estudio de investigación se estructura en siete partes:

En el Capítulo I se desarrolla el planteamiento del problema, se establecen el objetivo general y los objetivos específicos, seguido de la justificación de la investigación.

En el Capítulo II se describen todas aquellas bases conceptuales y teóricas que sustentan a las variables de investigación, y se exponen las teorías que sirven de base informativa para el análisis de la exploración. Este apartado se enfoca en los antecedentes, los cuales aportan validez y credibilidad al estudio.

En el Capítulo III se explica la forma en que serán obtenidos los datos, y cómo será el proceso de análisis y la metodología aplicada.

En el Capítulo IV se hace referencia a las consideraciones éticas y legales que se cumplirán para la realización de esta investigación; el fin principal es dejar constancia de aquellas leyes y reglamentos vigentes tanto en el país como en la Universidad Católica Andrés Bello, en los cuales se fundamentara el trabajo de investigación.

En el Capítulo V se describe la presentación y análisis de los resultados.

El Capítulo VI se enfoca en la discusión de los datos.

Finalmente, el Capítulo VII contiene las conclusiones y recomendaciones.

También se reseña toda la bibliografía utilizada en la presente investigación. Y los anexos correspondientes.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las universidades, siendo instituciones que tienen como misión fundamental generar, difundir y transferir conocimiento, poseen una gran responsabilidad en el contexto actual, en el que el conocimiento es un factor estratégico no sólo para la generación de riqueza, sino para la formación de profesionales con alta motivación al logro y compromiso personal, orientados por valores y principios éticos, cuyo desempeño coadyuve a acelerar el desarrollo nacional. Lo anterior ha hecho que se creen estrategias para interactuar con el entorno, dentro de las que se encuentran las pasantías o prácticas estudiantiles, reconocidas por el impacto y el beneficio que pueden tener tanto para la universidad como para las organizaciones que reciben pasantes (Morales, Ortiz, & Riaño, 2014).

Para las universidades las pasantías representan un componente integral del proceso de formación académico del estudiante. Se realizan con el fin de crear una noción de la relación universidad-entorno, porque el ejercicio realizado por los pasantes, logra -además de una aproximación al ámbito laboral para el futuro profesional-, un espacio de interacción entre los dos contextos (Morales, Ortiz, & Riaño, 2014). Aunque para ello pudiesen haber varias modalidades y exigencias que tienen como minimo, las consideraciones legales internas de las univesidades y la aun antigua pero vigente Ley de Fundación Educación Industria (Fundei), la cual data de los anos setenta.

Algunos de sus objetivos son:

- Obtener información de la aplicación de la teoría en la práctica, y de los conocimientos adquiridos en la fase académica, por parte del futuro profesional.
- Estimular en el estudiante una disposición hacia el análisis, investigación, planteamiento y solución de problemas en el ambiente real de trabajo y sus pertinentes exigencias.

- Lograr que el estudiante desarrolle aun más competencias tales como: la responsabilidad, el compromiso, la iniciativa, la sinergia, el trabajo en equipo, el sentido de pertenencia, entre otras.

- Preparar al pasante para una incorporación eficiente, eficaz y efectiva al campo de trabajo, acelerando de esta manera el proceso de adaptación en el área profesional.

- Conseguir que el pasante perciba la empresa como un ambiente de aprendizaje, y la pasantía como un proceso que debe satisfacer necesidades empresariales y académicas (Morales, Ortiz, & Riaño, 2014).

Las pasantías universitarias son prácticas a través de las cuales se materializa la vinculación Universidad-Empresa-Estado. Las pasantías como elemento de la extensión universitaria, función sustantiva de la universidad, hacen parte fundamental del proceso de formación curricular de la mayoría de las carreras universitarias y, al revisar la forma en la que son definidas, se encuentra de manera reiterada, la comprensión de este momento como una oportunidad del estudiante para llevar a la práctica, la teoría que ha aprendido en la universidad (Zabalza, 2003).

Estas prácticas dan pie al fortalecimiento de nuevas interacciones que permiten construir espacios de encuentro entre el estudiante y el área laboral, lo que se traduce en una puesta en escena real, práctica, la teoría. Esto resulta de suma importancia para el estudiante que empezará a ejercer la carrera, que se enfrentará a nuevos retos dentro de la misma, así como también para su avistamiento de lo que representa ser parte de una organización, conocer sus valores, misión, visión, código de ética, y demás características que conforman a la misma y la hacen ser un todo mayor a la suma de sus partes. Y para la empresa y desde su perspectiva un recurso que puede resolver algunas circunstancias que ameritan atención particular en un plazo razonable y a un costo previsto algunos resultados factibles.

Schön (1992) agrega que la pasantía es un mundo colectivo con su propio lenguaje, que incluye formas particulares de ver, pensar y hacer, que se van haciendo relevantes para el estudiante, pero también es una experiencia concreta para la empresa en cuestión y sus resultados en el tiempo.

Si bien es cierto que se concibe, como objetivo de las pasantías, poner en práctica los conocimientos aprendidos en el contexto laboral, se debe sumar también la vinculación que desarrolla el estudiante con la empresa desde el momento en que empieza a formar parte de ésta, hasta que culmina su tránsito por la organización, uno de los requerimientos legales para poder obtener su licencia profesional.

Esta perspectiva presenta a las pasantías como un proceso que busca no sólo garantizar la aplicación de la teoría en un contexto real, sino que los procesos de inserción al mundo laboral permitan, además de un proceso personal de sensibilización y concientización respecto a la dinámica organizacional, la reflexión y la interacción, así como la constante evaluación y adecuación de los procesos formativos a las cambiantes realidades del sector empleador y productivo del país.

Más allá de los procesos normativos-legales, y el puro conocimiento, en la vinculación del sujeto con la empresa en la que esté realizando sus prácticas, el pasante experimenta lo que es ser parte de la estructura (sentido de pertenencia, base para consolidar el compromiso organizacional de los individuos que integran la empresa), orientándose respecto a lo que es la misión, visión y objetivos de la misma. Se integra a equipos de trabajo, se impregna del clima organizacional, adquiere sus valores, (entre ellos sentido de identidad, y compromiso), así como perfilando un espacio dónde satisfacer sus motivaciones sociales y personales de logro, afiliación y poder.

Aun cuando implica una dificultad repartir la preponderancia de los actores sociales involucrados en los programas de pasantías (Empresas, Universidades, Estado, Estudiantes Universitarios), el presente estudio, como proyecto de tesis de grado, va dirigido a la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, ubicada en Caracas, Venezuela, que mantiene operativo – como normativa legal vigente para poder optar a la licencia profesional- el programa de pasantías para estudiantes universitarios. Para los fines de este trabajo lo relevante va más allá del conocimiento y el aprendizaje en contextos laborales reales, porque está orientado a medir la Motivación y el Compromiso Organizacional de los estudiantes en un campo laboral temporal, escenario natural de sus pasantías.

Dado que la eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivación (Lundin, Paul, & Christensen, 2001), conocer las motivaciones y necesidades de los estudiantes universitarios cuando ingresan al programa de pasantías empresariales, y la relación que pueden tener éstas con el Compromiso Organizacional, podría tener valor relevante para las empresas, las universidades y el entorno social donde están insertas sus respectivas dinámicas institucionales. Para que una organización se desarrolle, y consolide con éxito y alta competitividad, es indispensable que todos sus integrantes colaboren, y trabajen como equipo cohesionado. Es decir, asuman compromiso, observen comportamientos éticos que estén en sintonía con los principios, valores, visión y misión de la empresa que los incorpora, y se proyecten como agentes del cambio social, impulsando aceleradas soluciones a las problemáticas que el desempeño laboral les presente.

En la revisión del historial de tesis de grado que se realizó para detectar sí existen antecedentes de investigaciones que abordan el tema de la motivación en estudiantes y pasantes de la Universidad Católica Andrés Bello, se ubicaron varios trabajos relacionados: el primero, con el objetivo de "determinar la relación entre compromiso organizacional y satisfacción laboral en los empleados de una compañía de seguros en el año de 1999" (Durrego y Echeverría, 2005), el segundo con el objetivo de "identificar cuál es la relación entre el compromiso organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de una empresa del sector financiero venezolano" (Vila, María Teresa, 2005), el tercero para "determinar el perfil motivacional de los estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, cohorte 2005-2006, según la teoría de McClelland," (Hernández y Piña,2006), y un cuarto estudio, para "determinar los factores que incidían en los pasantes de Relaciones Industriales durante el año 2007, según la Teoría de las Expectativas de Vroom (1964)", Brandt y Rincón (2007), siendo las investigaciones más recientes durante la primera década del siglo 21 dentro de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

Al realizar la revisión de antecedentes de estudios, no se hallaron investigaciones que determinen el nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional de pasantes universitarios, lo que le da relevancia y justificación a este estudio como proyecto de tesis de grado, cuyo objetivo es determinar y medir si existe Motivación y Compromiso Organizacional en los estudiantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la

Universidad Católica Andrés Bello que realizan sus pasantías en diversas empresas durante el año 2017.

El programa de pasantías es un aporte que hacen la empresa privada y la Universidad al sector productivo, al Estado y a la sociedad donde se insertan, a partir de la incorporación de estudiantes formados en estudios de tercer nivel de educación superior para prácticas de sus aprendizajes en contextos laborales reales. Con esto se espera contribuir a una mejor comprensión del proceso de pasantías, proponer sugerencias y acciones de mejoras que permitan obtener mayores beneficios para las empresas privadas involucradas, la Universidad, los estudiantes universitarios egresados y como al progreso del país, al incorporar al mercado de trabajo profesionales altamente motivados y comprometidos, consigo como individuos, con la empresa que los incorpora a la plantilla del recurso humano fijo, y con el progreso y prosperidad del país.

El estudio se orienta hacia pasantes universitarios; toda información que contribuya a conocer u optimizar las necesidades laborales en estas puede entenderse como una vía para mejorar su calidad competitiva y productiva, así como también proporcionar conocimientos sobre la percepción del programa de pasantías en el capital humano que las constituye, e introducir mejoras sustanciales al programa de pasantías estudiantiles de la Universidad.

Cada uno de nosotros, en algún momento de nuestras vidas, ha sentido la necesidad de afiliación de poder o de logro, y la intensidad de esa necesidad (y el comportamiento) varía, por lo general, de acuerdo con una determinada situación. Sin embargo, todos tenemos la tendencia a sentir una de las tres necesidades con más intensidad. (Schein, 1994).

Con respecto a la motivación de logro, (McClelland, 1989) y Atkinson (1964) propusieron un modelo basado en la orientación a la acción y la tarea, en la calidad del rendimiento, en la expectativa de favorabilidad como consecuencia del logro, la persistencia en la tarea, el acometimiento de tareas posibles y la generación independiente de iniciativa frente a diferentes situaciones y problemas (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 1992).

Aunque McClelland, (1989), en su modelo de motivaciones sociales, plantea que la motivación al logro se adquiere desde temprana edad -que puede estimularse y desarrollarse-,

implica además un deseo de vencer obstáculos, progresar, crecer, necesidad de alcanzar metas, preocupación por el futuro, además de tener relación directa con la productividad y el crecimiento de las organizaciones (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 1992). Por lo que, a los efectos del presente estudio, resulta relevante conocer el nivel de motivación al logro, poder y de afiliación en los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, ubicada en Caracas, Venezuela, para el año 2017. También es interesante conocer las experiencias en este sentido, realizadas por Oswaldo Romero García (Romero García O., 1999) y sus colaboradores en Rogya, al realizar aplicaciones adaptadas al contexto sociocultural venezolano y sus diversas publicaciones, sobre todo al proponer un modelo de crecimiento motivacional del crecimiento psicológico en base a investigaciones empíricas en el área motivacional en la misma línea de McClelland y el cual ha servido de marco de referencia a investigaciones posteriores, como lo es en Crecimiento psicológico y Motivaciones Sociales.

Ahora bien, debido a la situación de protestas generalizadas que vivió Venezuela entre los meses de abril y julio del año 2017, por causas de fuerza mayor, consideradas variables inesperadas derivadas de la coyuntura nacional, en caso del presente estudio de investigación, hubo que tomar decisiones que garantizaran la continuidad y culminación del trabajo de grado, por lo que se decidió cambiar el procedimiento de recolección de datos para la muestra, y analizar a los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, que estuvieran realizando pasantías al momento, (o que las hayan culminado en un tiempo no mayor a 6 meses) y no a los pasantes de las empresas privadas de consumo masivo ubicadas en Caracas, como inicialmente se había planteado. La población no ha cambiado, siguen siendo pasantes, pero se modificó el lugar en donde se estudiarían, pasando directamente de las empresas privadas a la Universidad Católica Andrés Bello, en la Escuela de Ciencias Sociales, esto con el fin, ya mencionado, de poder llevar a cabo la investigación.

Allen y Meyer (1997) desarrollan unas características que describen al empleado comprometido: “El empleado comprometido es descrito como aquel que permanece con la organización en fortalezas y debilidades, asiste regularmente al trabajo, trabaja todo el día (y quizás más), protege los bienes de la compañía y comparte sus metas. Visto desde la

perspectiva organizacional, tener una fuerza de trabajo comprometida parecería claramente ser una ventaja. Las oportunidades de realizar trabajos importantes y desafiantes (retadores), reunirse e interactuar con personas interesantes, aprender nuevas habilidades y desarrollarse como personas, guían el desarrollo del compromiso" (Durrego & Echeverria, 1999).

En este punto, se quiere hacer referencia a que el pasante puede llegar a desarrollar cierto nivel de compromiso hacia la empresa u organización en la que esté realizando sus prácticas, y se considera importante conocer hasta qué nivel es posible el desarrollo de este compromiso por parte del estudiante universitario, factor que -al igual que las motivaciones- va más allá del aprendizaje teórico-práctico.

"Las pasantías educativas deben ser entendidas como una práctica que pone en acción, tanto los conocimientos como las habilidades adquiridas en la carrera de grado a la vez que introduce al estudiante-pasante en el mundo del trabajo" (Universidad de Buenos Aires. s.f).

Es indudable la importancia y el impacto positivo que representan las pasantías en los estudiantes universitarios, y es natural que, a la hora de postularse para las mismas, aspiren a ser seleccionados por empresas reconocidas, competitivas y sustentables en el mercado laboral, así como con un buen clima organizacional, que les brinden la posibilidad de crecimiento como profesionales especializados, con altos niveles de conocimiento en las áreas desempeñadas.

Siendo la pasantía una actividad positiva, tanto para la empresa como para el estudiante, es de esperarse que el pasante muestre un interés mayor por la organización (su misión, visión, objetivos, etc.), más allá de sólo cumplir las horas obligatorias que solicita la universidad, por lo que se evidenciará o no el compromiso que puede llegar a manifestar respecto a la misma.

Robbins (2004) define el Compromiso Organizacional (CO), como el nivel o grado en que un empleado se identifica con la organización y sus metas, deseando participar activamente en ella y mantener su membresía. Por esto, "un alto compromiso organizacional significa identificarse con la organización que lo empleó" (Guerra, 2002).

El Compromiso Organizacional se puede definir como “el estado psicológico que caracteriza las relaciones de los empleados con la organización y tiene implicaciones para la decisión de continuar o dejar de ser miembro de la organización” (Allen & Meyer, 1997)

Allen y Meyer (1997) desarrollaron un modelo de tres dimensiones relacionadas con el compromiso:

- Compromiso afectivo: apego emocional, identificación que desarrolla el trabajador o involucramiento de éste con la organización. Proceso actitudinal, donde los trabajadores evalúan sus relaciones con la organización en términos del valor y la congruencia que existe entre los objetivos propios y los de la empresa. Los empleados con un alto compromiso afectivo están dispuestos a trabajar más de lo exigido, apoyan los cambios, se involucran con la implantación de los procesos y continúan en la organización porque ellos así los desean.

- Compromiso continuo: necesidad del trabajador de mantenerse en el puesto de trabajo, está relacionado con la evaluación que éste hace de los costos asociados al hecho de abandonarlo. Los empleados con un fuerte compromiso continuo seguirán en la organización porque lo necesitan.

- Compromiso normativo: sentimientos de obligación experimentado; sentido de pertenencia manifestado en el deseo de quedarse en la empresa, cumplimiento y respeto hacia la organización mediante acciones dirigidas a defenderla (Allen & Meyer, 1997).

Flores (1997) menciona que entre los avances más significativos que ha tenido la administración de personal en los últimos tiempos, se destaca el hecho de considerar al trabajador como colaborador y no como empleado, así mismo, la concepción del empleado como factor humano y no como recurso humano.

Para un estudiante en busca de experiencia laboral es importante involucrarse en los procesos de la empresa, como también es significativo sentirse parte de ella. Es trascendental para el pasante saber que tiene la capacidad suficiente de poder participar en la organización, emitir opiniones e incluso tomar decisiones en base a sus facultades.

El programa de pasantías está hecho para que la empresa vea al pasante como un individuo que puede contribuir a la consolidación y crecimiento de la compañía, al mismo tiempo que este va adquiriendo conocimientos y experiencias. Por lo que la participación e inclusión del mismo le otorga valor agregado a la dinámica organizacional.

Robbins (2004), señala que el compromiso organizacional es una de tres tipos de actitudes que una persona tiene relacionadas con su trabajo; y lo define como un estado en el cual un empleado se identifica con la realización en particular y con sus metas, y desea mantenerse en ella como uno de sus miembros.

David y Werther (1995) mencionan que el grado de compromiso suele reflejar:

- El acuerdo del empleado con la misión y las metas de la empresa.
- Su disposición a empeñar su esfuerzo a favor del cumplimiento de los objetivos.
- Sus intenciones de seguir trabajando en la empresa.

Éste enlace psicológico que se manifiesta en el deseo de permanecer dentro de la empresa puede emerger de una fuente afectiva de la valoración de las alternativas e inversiones hechas en el lugar de trabajo o de la obligación de ver que siente el trabajador hacia su empleador, expresan Allen y Meyer (1997). El valor de tener empleados que desarrollen fuertes vínculos psicológicos está basado, por una parte, en los efectos positivos que esta actitud laboral reporta a las organizaciones, y por otra a la finalidad de las normas universitarias en cuanto al programa de pasantías de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (UCAB, 2016), así como también a los objetivos específicos establecidos en el Instructivo para pasantías de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, entre los cuales se destacan los numerales 2, 4 y 5 referidos a la sensibilización y compromiso del futuro profesional, la pasantía como mecanismo de futura incorporación al mercado laboral, y el fortalecimiento de la bisagra Universidad-Empresas, para la optimización de los programas académicos en función de la dinámica del país.

Una vez verificado que, aunque durante la primera década del siglo 21 existen algunos estudios de investigación que buscaban establecer la relación entre Motivación y Compromiso

Organizacional, o Compromiso Organizacional y satisfacción laboral, así como la motivación de pasantes de relaciones industriales según la teoría de las expectativas de Víctor Vroom (1964), y hasta un perfil motivacional de alumnos de la Escuela de Ciencias Sociales según la teoría de las motivaciones sociales de McClelland, no se encontraron estudios previos que establezcan la relación Motivación y Compromiso Organizacional en pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, ni en pasantes de empresas privadas de consumo masivo.

Los pasantes universitarios, al igual que los empleados regulares de una empresa, invierten tiempo y energía en las prácticas realizadas, como que hay que reconocer que las empresas también invierten tiempo, espacio y otros recursos (saberes, procedimientos y prácticas). Por lo que resulta interesante conocer qué nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional genera en ellos su participación en la organización, razón por la cual se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación entre el nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional que presentan los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello ubicada en Caracas para el año 2017?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación entre el nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB, ubicada en Caracas, Venezuela para el año 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el nivel de Motivación en sus diversas dimensiones (logro, poder y afiliación) según el modelo de David McClelland, de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

2. Determinar el nivel de Compromiso Organizacional en sus diversas dimensiones (afectivo, normativo y de continuidad) según el modelo de Allen y Meyer, de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

3. Determinar cuál de las dimensiones de la variable Motivación (logro, poder y afiliación) según el modelo de McClelland es la más relevante entre los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

4. Determinar cuál de las dimensiones de la variable Compromiso Organizacional (afectivo, normativo y de continuidad) según el modelo de Allen y Meyer es la más relevante entre los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La hipótesis está planteada en función del objetivo general, objetivos específicos y el tipo de estudio.

H1: Existe correlación positiva y directa entre la Motivación y el Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

H0: No existe correlación positiva y directa entre la Motivación y el Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

1. MOTIVACIÓN

Maslow (1991) afirma que el individuo es un todo integrado y organizado, es decir, cuando el individuo está motivado, todo él se encuentra motivado, no solo una parte de él. Si una persona tiene hambre, la comida satisface el hambre de la persona, no el hambre de su estómago.

La motivación para Rodríguez (2000) se puede entender como "el trasfondo psíquico, impulsor, que sostiene la fuerza de la acción y señala su dirección" (p.6) Igualmente, agrega que motivación es "el conjunto de las razones que explican los actos de un individuo, o bien, la explicación del motivo o motivos por los que se hace una cosa".

Por otra parte, el autor Idalberto Chiavenato (2011) explica la motivación como aquellos estímulos que mueven al individuo a llevar a cabo determinadas acciones y persistir en las mismas para su culminación, dicho estimulo se puede generar de manera externa o en procesos mentales internos. Por último, agrega que motivo es todo aquello que impulsa a individuos a actuar de cierta manera.

De acuerdo con Chiavenato (2011) existen tres premisas las cuales nos ayudan a entender el comportamiento humano:

- El comportamiento es causado: Existen diversas causas internas o externas que originan el comportamiento humano. En este influyen decisivamente tanto la herencia como el medio ambiente.

- El comportamiento es motivado: El comportamiento no es causal ni aleatorio, en otras palabras, tiene una finalidad.

- El comportamiento está orientado hacia objetivos: Impulsos, deseos, necesidades o tendencias son siempre los motivadores del comportamiento.

Para Romero García O. (1999) las motivaciones las define como: “redes de pensamientos y afectos que dinamizan, orientan y mantienen la conducta hacia metas interiores y exteriores valorizadas por las personas” (p.9)

TIPOS DE MOTIVACIÓN

Rodríguez (2000) señala que la motivación se puede clasificar de la siguiente manera:

1. Primarias y secundarias: Las motivaciones primarias son impulsos biológicos, tales como sed, hambre, respiración, apetito sexual, entre otros. Mientras que la motivación secundaria es obtenida por la historia, aprendizaje y experiencias del individuo.

2. Intrínsecas y extrínsecas: Es aquella que motive directamente “la cosa” que se va a realizar, o que esté relacionado con la misma. Por ejemplo, deseo obtener cierto empleo porque me gusta, o bien porque, aun cuando no me agrade el trabajo el sueldo es bueno.

3. De contenido y contexto: La motivación de la persona puede ser "la cosa" misma, o bien sea la situación o escenario en que ocurran. Por ejemplo, iré a visitar a mi tía fastidiosa que vive en una increíble mansión.

4. Inmediatas a largo plazo. Depende de cuando pueden obtenerse los satisfactores ya sea de manera inmediata o en un periodo posterior en el tiempo, Ejemplos: Inmediata, estudiar para obtener buenas calificaciones en el examen de mañana, mientras que a largo plazo, deseo graduarme de administrador.

5. Positivas y negativas: En efecto se puede motivar el individuo en pro de buscar o evitar algo. Por ejemplo, ordenar la bebida que tanto me gusta en el restaurant (positiva), hacer lo posible para mantenerme alejado de personas no deseadas (negativo).

6. De deficiencia y de crecimiento: se genera cuando se desea llenar alguna carencia, o en su defecto, conseguir un desarrollo y/o progreso. Por ejemplo, de deficiencia, para obtener el cuerpo que deseo me motivo a hacer ejercicio mientras que de crecimiento, realizare un post grado para obtener un ascenso.

7. Materiales espirituales. Tal como lo indica su nombre, es aquella que motiva al individuo para adquirir algún bien o para realizar valores transcendentales. Por ejemplo, en lo primero, comprar un carro cómodo y seguro, de lo segundo, dar limosna sin ningún interés ni necesidad especifica.

8. Conscientes e inconscientes. Existe una causa detrás de esa motivación, ya sea que el sujeto se dé cuenta o no de la misma. Ejemplos: Si tomo acciones contra Jaimito debido a que me ofendió sería consciente, pero si, deseo corregir la conducta errada de Jaimito, pero realmente dentro me mueve la venganza, es inconsciente.

9. Básicas de la personalidad y de determinados actos: Por ejemplo, en la primera está la persona ambiciosa que todo lo hace por dinero, mientras que la otra es comer porque te da hambre.

10. Individuales y colectivas. La motivación está ubicada en un grupo o equipo. Por ejemplo, si voy a entrenar para ser el mejor goleador sería individual, pero si lo hago en pro de ganar el partido, es grupal.

Romero García O. (1999) plantea al referirse a las motivaciones que estas tienen dimensiones expresivas y pistas de ejecución. Como dimensiones expresivas indica que "hemos diferenciado una dimensión interior (intrapersonal) la cual es relevante para la construcción integradora interior y una dimensión exterior (interpersonal), relevante para la construcción integradora exterior" (p.31)

De igual manera, el autor señala: "la existencia de Pistas motivacionales…planteadas como: Las pistas son áreas de funcionamiento social en las cuales el motivo puede expresarse legítimamente." (p.33). También aporta que si bien hay pistas "naturales" existe lo que él denomina invasión de pistas, lo cual no es otra cosa que la manifestación de un motivo en un área de comportamiento diferente a la considerada socialmente legítima (p.35-39).

TEORÍAS DE LA MOTIVACIÓN

La década de 1950 se considera bastante fructífera debido a que varias teorías motivacionales, que todavía explican las conductas humanas, surgieron durante este periodo.

A continuación, se señalan algunas de las teorías o modelos más destacados que intentan explicar la motivación humana:

TEORÍA DE MASLOW

Abraham Maslow (1991) propone que la motivación está basada en las necesidades que imperan en los seres humanos. Chiavenato (2011) señala que Maslow parte de que los motivos que impulsan al individuo residen dentro del mismo, es decir, provienen de fuerzas que existen en su interior. Estas necesidades pueden ser conscientes en algunos casos, mientras que en otros no.

Esta teoría se basa en la jerarquía de las necesidades humanas, las cuales están distribuidas en una pirámide organizada respecto a su importancia en cuanto a la conducta humana. En la base de la pirámide se encuentran las necesidades más elementales (necesidades primarias), mientras que las más elaboradas e intelectuales necesidades secundarias) se encuentran en la cima.

Maslow (1954), clasificó cinco necesidades básicas de la siguiente manera (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 1992):

1. Necesidades Fisiológicas: Se encuentran en el más bajo nivel de la jerarquía. Son las necesidades básicas del organismo, siendo a la vez, las más importantes para la supervivencia como respirar, comer, dormir.

2. Necesidades de Seguridad: Son las necesidades de una persona de tener una existencia generalmente ordenada, en un medio estable, relativamente libre de amenazas.

3. Necesidades de Afiliación: son las necesidades de relaciones afectivas con otros individuos y la necesidad de contar con un lugar reconocido como miembro de un grupo; deseo de asociación, pertenencia y compañía.

4. Necesidades de Estima: Se refiere a la necesidad de tener "status" y ser aceptado por su propio grupo. Autoconfianza, reconocimiento, el aprecio, necesidad de sentirse digno, respetado, con poder y prestigio.

5. Necesidades de Autorrealización: Es la tendencia natural del ser humano a actuar en forma tal que exprese su potencialidad y sus capacidades.

Para Maslow (1954) (citado por Gibson y otros, 1992), una persona intenta satisfacer las necesidades más fundamentales (alimentos, abrigo) antes de orientar su conducta hacia la satisfacción de necesidades de más alto nivel (realización personal). Un punto decisivo en el pensamiento de Maslow es que una necesidad satisfecha cesa de motivar.

TEORÍA DE HERZBERG

La teoría motivacional expuesta por Frederick Herzberg fue la conocida Teoría de Motivación-Higiene también conocida como teoría de los dos factores.

Herzberg (l993) señala que el trabajo es una de las cosas más absorbentes de las que el hombre puede pensar y hablar. "Para los afortunados es la fuente de grandes satisfacciones; para muchos otros, es la causa del dolor". (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1993, pág. 3)

Chiavenato (2011) indica que Herzberg formuló esta teoría para explicar el comportamiento de las personas en el entorno laboral (ambiente externo), además agrega que no son los mismos motivadores los que hacen que el individuo rinda bien o mal en el mismo.

Esta teoría depende de 2 factores detallados a continuación:

Factor higiénico: se enfoca en las condiciones que rodean al individuo en el ambiente de trabajo (perspectiva ambiental) y se conforma por las condiciones físicas y ambientales del empleo, tales como remuneración, condiciones de trabajo, seguridad laboral, relación entre empleados y directiva, políticas, oportunidades de desarrollo, entre otras. En el supuesto que estos factores sean precarios o ineficientes, pueden causar insatisfacción en los empleados.

Factor motivacional: Se refiere al contenido las tareas y los deberes relacionados con el puesto de trabajo, estos producen un efecto de satisfacción duradera y un aumento de la

productividad individual hasta alcanzar niveles de excelencia. Entre estos factores se encuentran los sentimientos de realización, reconocimiento profesional, independencia laboral, posibilidad de ascenso o promoción, manifiestos en la ejecución de tareas y actividades que constituyen un gran desafío y tienen bastante significación en el trabajo entre otros. (Chiavenato, 2011)

TEORÍA DE VROOM

Víctor Vroom (1982), es el creador del Modelo de Expectativas, el cual sienta sus bases en las investigaciones realizadas por Tolman y Lewin.

Vroom (1982) se limita únicamente a la motivación para producir y basa el modelo en tres principales factores:

1. Fuerza de voluntad o del deseo para alcanzar los objetivos individuales (expectativas).

2. Relación que el individuo percibe entre la productividad y el logro de sus objetivos (recompensas).

3. Capacidad del individuo para influir en su propio nivel de productividad que cree poder influenciarlo (relación entre expectativas y recompensas).

En tal sentido, para que una persona pueda desear aumentar la productividad se deben dar tal tres condiciones:

1. Objetivos personales: Entre estos se puede incluir el dinero, estabilidad en el puesto de trabajo, aceptación social, reconocimiento y trabajo interesante.

2. Relación percibida entre logro de los objetivos y alta productividad: Si un individuo tiene como objetivo principal en su trabajo obtener un mejor salario y a este se le paga según su producción, entonces puede tener una gran motivación para producir más. En contraste, si la aceptación social de los otros compañeros de trabajo es su principal enfoque, tendrá un nivel de productividad inferior al que considere como patrón informal de producción. Esto puede significar el rechazo de los compañeros de trabajo.

3. Percepción de su influencia en su productividad: Un empleado que considere que su esfuerzo no incide en la productividad de la compañía, tenderá a no esforzarse demasiado, como es el caso de personal no capacitado desempeñando labores en un puesto no correspondido.

Para concluir, esta teoría sostiene que los individuos, por ser seres pensantes y razonables, tienen creencias, esperanzas y expectativas respecto a futuros eventos en sus vidas, los cuales buscan obtener por medio de la organización, lo que significa que en su ámbito laboral, tomaran decisiones a partir de lo que esperan como recompensa al esfuerzo realizado, prefieren dar un rendimiento que les produzca el mayor beneficio o ganancia posible.

TEORÍA DE MCCLELLAND

El psicólogo norteamericano David McClelland, quien se ubica en la corriente del Behaviorismo, realizó contribuciones a la psicología de la motivación con una serie de artículos experimentales y teóricos. En la faceta experimental, trató principalmente la motivación producida experimentalmente mediante el empleo de una edición estandarizada del T.A.T. de Murray, mientras que la faceta teórica comienza con su libro "Personality" (Ryle, 1968).

David McClelland y Atkinson en el año 1961 desarrollaron la teoría de las necesidades aprendidas. Estos autores explican que cuando una necesidad se hace intensa motiva al individuo a adoptar un tipo de comportamiento que le permita satisfacerla (Gibson, Ivancevich, & Donnelly, 1992).

En este sentido, Stringer (2001), presenta los principios básicos de la teoría de motivación de McClelland y Atkinson, siendo estos:

1. Las personas adultas cuentan con energía potencial que les permite comportarse de diferentes maneras.

2. El uso adecuado de la energía potencial depende de la situación específica en la que la persona se encuentre.

3. La característica de cada situación despierta diferentes motivos o fuentes de energía.

4. Al cambiar la naturaleza de ambiente en el que se desempeña la persona se estimulan diferentes tipos de motivación.

5. La dirección y la persistencia del comportamiento humano cambia con la motivación, esto ocurre porque que cada tipo de motivación está determinada a satisfacer una necesidad diferente.

6. El comportamiento depende del tipo de necesidades que la persona tiene y las características y oportunidades presentes en el ambienten el que se desenvuelve.

En otras palabras, de acuerdo con Stringer (2001), las personas adultas poseen la energía potencial que los motiva a comportarse de diferentes maneras, dependiendo a su vez de las características u oportunidades presentes en el entorno. Romero García y Salom de Bustamante (1992) señalan en investigaciones empíricas las características en personas jóvenes, lo cual es una evidencia que contribuye a la literatura.

Esta teoría se centra en la explicación del éxito en base a la motivación. Estos autores plantean que existen tres tipos de motivaciones en el individuo que son aprendidas en el proceso de socialización y que son las que impulsan a que las personas actúen de diferentes maneras. Estas son Motivación al Logro, Motivación al Poder y Motivación por Afiliación.

MOTIVACIÓN AL LOGRO

Para McClelland la motivación al logro se refiere a "la necesidad del ser humano de actuar, buscando metas sucesivas y derivando al mismo tiempo la satisfacción en realizar cosas, paso a paso, en términos de excelencia" (McClelland, 1974, pág. 37).

Romero García (1991), define la motivación al logro como “una red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el desarrollo personal, implicando un uso exigente de capacidades y destrezas para beneficio personal y colectivo” (Romero, 1991, pág. 41).

McClelland también hace una distinción entre dos tipos de logro, los cuales son: el logro operante, que implica una forma de conducta que se satisface solo en un esquema de logro activo, aún en el caso que las demandas situacionales sean relativamente débiles; el logro respondiente requiere siempre de demandas situacionales muy fuertes. Por tanto, las

personas dotadas de un fuerte logro operante buscan siempre ubicarse donde puedan manifestarse en forma de conducta empresarial.

Características de los individuos motivados al logro: (McClelland, 1989, pág. 251)

1. Los sujetos de alta motivación de logro no siempre rinden más que los de baja; parece que solo rinden más cuando existe en la situación un incentivo de logro. Un incentivo de logro es aquel en el que una persona obtiene satisfacción haciendo algo por si misma o mostrando que es capaz de hacer algo. El incentivo de logro viene definido por la dificultad intrínseca o el reto de la tarea. Las tareas moderadamente difíciles son las que ofrecen la mayor oportunidad de demostrar que se puede hacer mejor

2. Son persistentes.

3. Responsabilidad personal en el rendimiento: Los sujetos con alta motivación al logro tienen un intenso deseo de alcanzar el éxito y un temor igualmente intenso al fracaso, prefieren ser personalmente responsables del resultado de su rendimiento porque solo en estas condiciones podrían sentir la satisfacción de hacer algo mejor. Les gusta enfrentarse a desafíos y se fijan metas moderadamente difíciles (pero no imposibles). El logro es una motivación interna, ya que, la recompensa es la misma tarea realizada.

4. Necesidad de retroinformación (*feedback*) sobre el rendimiento: Es decir, les agrada saber cuán bien están realizando la tarea, trabajando con más eficiencia y a cambio de dicho trabajo, recibir una remuneración, la cual no sería más que un *feedback* debido al éxito que han tenido en su actuación.

5. Cualidad de innovar: Para hacer las cosas mejor hay que hacerlas diferentes, es decir, hallar una vía o una meta distinta, más corta o más eficiente, lo cual implica calcular costos y beneficios. Por tal motivo no les gusta la rutina y deberían estar orientados a la búsqueda de información que les permitiera encontrar la forma de hacer las cosas mejor.

McClelland estableció diez subcategorías para determinar la dinámica y la intensidad con que se expresa la motivación al logro. Estas son: (FUNDASE, 1974, pág. 56)

- El deseo de logro: se encuentra cuando está presente la manifestación de un anhelo intenso por alcanzar una meta de logro.

- La actividad: se da en el caso de que quede demostrado el hecho de que real y activamente se están haciendo esfuerzos para lograr un objetivo dado. Esta actividad puede ser tanto manifiesta como mental y su realización exitosa, dudosa o fallida.

- La anticipación al éxito y la anticipación al fracaso: pueden ser encontradas aun cuando aparezcan simultáneamente. Anticipación al éxito es expresar claramente la suposición de que se alcanzará la meta de logro. Anticipación al fracaso, cuando se expresa preocupación por la posibilidad de fracasar en la consecución de esa meta.

- Los bloqueos personales y obstáculos del mundo exterior: se manifiestan cuando la actividad dirigida hacia la consecución de la meta de logro resulta bloqueada de alguna manera o cuando se toma en cuenta la probabilidad de que existan obstáculos por vencer antes de llegar a la meta perseguida.

- La ayuda: está ubicada en el esfuerzo hacia la meta de logro, alguien simpatiza o estimula al que está empeñado en esa dirección.

- Los sentimientos positivos y los sentimientos negativos: se encuentran cuando hay sentimientos asociados a la conquista de una meta de logro. Pueden ser tanto en sentido positivo como de frustración y pueden aparecer simultáneamente.

- El tema de logro: se encuentra en el caso de resultar evidente que el tema central que predomina en la muestra es el interés o la preocupación por la autorrealización.

MOTIVACIÓN AL PODER

McClelland define la motivación al poder como "la necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia el objetivo de influenciar a otro ser humano o grupo de ellos" (McClelland, 1974, pág. 22).

Para Romero García la motivación de poder es “una red de conexiones cognitivo – afectivas relacionadas con el control de nuestra conducta y la conducta de las demás (Romero García O. ,1999, pág.50).

Características de las personas con alta necesidad de poder según (McClelland, 1989)

1. Son más competitivos y agresivos: De hecho, participan en deportes competitivos y reportan tener más impulsos agresivos, aunque logran controlarlos (por sus valores). Sin embargo, no necesariamente todas las personas con intenso poder conducen a acciones agresivas, ya que, estas acciones dependerán en ocasiones de los hábitos y valores al que pertenezcan, su estrato social y del control y regulación por la sociedad.

2. Tienen una autoimagen negativa: La disposición a ser agresivas o asertivas induce a las personas a considerarse negativamente por poseer lo que en general se estima como tendencias antisociales.

3. Tienen inclinación hacia profesiones influyentes: Una de las maneras en que los individuos pueden ejercer influencias de un modo más socializado es a través de las profesiones.

4. Continuamente buscan el prestigio: Una forma en que los individuos con alta motivación de poder pueden mostrarse poderosos, de un modo socialmente aceptable, es la obtención de símbolos de poder o posiciones de prestigio.

5. Se caracterizan por la actuación para obtener un reconocimiento en el seno de pequeños grupos.

6. Son más propensas a sufrir riesgos físicos y prefieren escoger problemas extremadamente difíciles de resolver.

McClelland estableció diez subcategorías para determinar la dinámica y medir la fuerza con que se manifiesta la motivación al poder: (FUNDASE, 1974, pág. 43)

- El deseo: se califica cuando una persona declara explícitamente su propósito de alcanzar como meta de su relación social el establecer, mantener o restaurar el control, influencia, dominio.

- La actividad: está presente en la descripción de cualquier actividad mental efectiva, en la cual se indica que alguien se esfuerza por alcanzar como meta, un control determinado.

- El prestigio de la persona: prestigio positivo - prestigio negativo, se califica como subcategoría prestigio cuando en la persecución de una meta de control, una o varias personas actúan de tal manera que su prestigio aumenta o disminuye.

- El obstáculo exterior: está presente cuando se demuestra la existencia de un obstáculo o trastorno que perjudica el esfuerzo dirigido hacia la meta de controlar.

- La previsión del éxito o de fracaso: está presente cuando alguna persona al pensar en su meta de poder, control o influencia se anticipa al éxito o fracaso en lograrlo.

- Los sentimientos positivos y sentimientos negativos: se refieren a estados afectivos o emotivos asociados con la posibilidad de alcanzar la meta de controlar, bien sean positivos o negativos.

- El efecto: se refiere a la reacción que una persona puede tener frente al intento o acción de ser controlada por otra. Existen tres tipos básicos de efecto:

    a) Fuertes emociones positivas o negativas de una persona como resultado de la acción de otra.

    b) Ataque, influencia, huida u otra reacción cualquiera del mismo género.

    c) Alguna indicación de que la acción de control ha producido un gran efecto, una fuerte presión como la aclamación del público o el suicidio.

MOTIVACIÓN A LA AFILIACIÓN

Para McClelland el motivo de afiliación consiste en una "forma de conducta social que responde a un impulso que se satisface mediante la creación y disfrute de vínculos afectivos con otra u otras personas. (McClelland, 1974, pág. 27).

Romero García define la afiliación como “una red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el sentirnos bien con nosotros mismos y los demás” (Romero, 1991, pág. 46).

Características de las personas con intensa necesidad de afiliación: (McClelland, 1989, pág. 371)

1. Mejor rendimiento cuando están presentes los incentivos afiliativos: Como cuando se les alienta mediante la cooperación o cuando juzgan a una persona como amistoso y cordial.

2. Mantenimiento de redes interpersonales: Se refiere a como los individuos con elevada motivación a la afiliación aprenden más rápidamente las relaciones sociales, se muestran más sensibles a las caras que a otros objetos y entablan más diálogos con otros. Las personas tienen mucha importancia para los individuos con elevada motivación de afiliación.

3. Los individuos con elevada motivación de afiliación creen que la voluntad es más importante que la razón para la resolución de los problemas humanos. Tienden a adaptarse a las opiniones de un extraño que disiente de ellas con tal de que el extraño resulte atrayente, pero no si el individuo que disiente carece de atractivo.

4. Siempre que es posible actúan para evitar un conflicto.

5. Evitan juegos competitivos.

6. No tienden a triunfar en la gestión. Pasan más tiempo con subordinados, pero es posible que esto solo indique que desean mantener buenas relaciones con ellos, lo que no siempre resulta posible a un ejecutivo que a veces debe tomar decisiones difíciles

7. Se destacan por tener miedo al rechazo, ya que, actúan de distintos modos para evitar el conflicto y la competición como si temiesen un feedback negativo de otros. Se muestran ansiosos por sus relaciones con otros, temen por la desaprobación y dedican tiempo a buscar seguridades de los demás, lo que les hace impopulares.

McClelland estableció seis subcategorías para determinar la tipicidad de la dinámica y la intensidad con que se exprese la motivación a la afiliación. (FUNDASE, 1974, pág. 33).

- El deseo de afiliarse: es cuando alguien refleja interés por vincularse a otra persona o grupo de personas

- La actividad: se refiere a formas de actuación evidentes o a tipos de pensamientos expresados en el sentido de resolver cualquier problema relacionado con el establecimiento o la renovación de una relación interpersonal caracterizada por la amistad, el interés mutuo y un entendimiento recíproco.

- La anticipación al éxito: se da al observarse que se manifiesta esperanza en lograr éxito y felicidad. En ella los pensamientos no se dirigen hacia la consecución de una meta afiliativa, pero, si se relacionan con la persecución de un estado afiliativo en sí mismo.

- El obstáculo exterior: se da cuando en la muestra se señala un impedimento para realizar una actividad orientada hacia una situación afiliativa. El obstáculo puede ser un elemento presente en el mundo exterior o bien, una separación previa; así como también puede serlo la interposición de una relación interpersonal.

- Los sentimientos positivos: se encuentran cuando hay muestras de sentimientos asociados a la consecución de metas afiliativas.

- El tema de afiliación: se da cuando en una muestra, el tema central predominante es el interés evidenciado en la afiliación.

EFECTOS DE LA MOTIVACION

Robbins (1996), en un análisis que hace sobre teorías motivacionales, menciona el poder que tiene la motivación sobre la productividad, el ausentismo, la rotación y la satisfacción.

Por otro lado, Gibson y otros (1992) desarrollan sobre la incidencia que tiene la capacidad del individuo en la motivación. La capacidad indica sus aptitudes, la inteligencia y destrezas. La cantidad de esfuerzo desplegado se relaciona con la capacidad del empleado.

Stoner y otros (1996), por su parte, señalan que la motivación es un instrumento que permite ordenar las relaciones laborales en la organización. Si los administradores saben qué mueve a las personas que trabajan para ellos, pueden adaptar las asignaciones y recompensas laborales a lo que hace que estas personas "funcionen'. Por tanto, los conocimientos de la motivación se unen a los planes estratégicos como insumos para el proceso de diseño de relaciones en las organizaciones.

Todos estos supuestos, pueden constituir una base para la explicación de la importancia y evolución de la motivación y su incidencia sobre otras actitudes organizacionales.

INVESTIGACIONES REALIZADAS EN VENEZUELA POR DAVID McCLELLAND

McClelland (1974) realizó un análisis del patrón motivacional existente en la sociedad venezolana en tres décadas diferentes: 1930, 1950 y 1970. Para ello se utilizaron muestras de escritos en diversas áreas tales como educación, políticas y literatura.

Los resultados fueron equivalentes en los tres períodos estudiados: la motivación que ocupo el primer lugar fue el poder, seguida por la afiliación y en último lugar el logro.

Salom de Bustamante, Morales de Romero y Romero García (1984) realizaron el análisis motivacional reflejado en una revista de tipo educativo, dirigida a estudiantes y profesores de educación primaria. Los artículos fueron clasificados para efectos de su codificación y análisis en las siguientes categorías: cuentos, fabulas y escritos de niños. Los resultados indicaron que la motivación de poder y afiliación ocuparon los primeros lugares

respectivamente, y la de logro siempre apareció en tercer lugar. Solamente en las biografías apareció la necesidad de logro en primer lugar y esto es explicable, ya que los personajes tenían un alto nivel de logro (escritores famosos, destacados artistas, insignes héroes).

Castillo y Fernández (1980) realizaron un estudio acerca de la motivación en niños cuya edad oscilaba entre los 9 y 12 años. Utilizaron los cuentos escritos libremente por ellos. Estas autoras encontraron que la motivación de logro fue muy baja en comparación con la motivación de afiliación y poder, las cuales ocuparon los primeros lugares. Salom de Bustamante y Pinto (1987) reportan hallazgos similares en estudiantes universitarios, utilizando también historias escritas por ellos.

INVESTIGACIONES REALIZADAS EN VENEZUELA EN LA PRESENTE DÉCADA, BASADAS EN LA TEORIA DE LAS MOTIVACIONES SOCIALES DE McCLELLAND

Pérez y Silva, (2000), elaboraron una tesis titulada "Perfil Motivacional de los Profesionales Militares de la Armada de Venezuela, según la teoría de McClelland", en la que el objetivo general fue comparar el perfil motivacional actual de la población de profesionales militares con rangos de oficiales, suboficiales y tropa profesional, en las principales ciudades ubicadas en el territorio Nacional con los perfiles obtenidos por Key y Méndez en 1999. Los resultados arrojados por esta investigación indican un alto contenido de afiliación, seguido por logro y por último poder.

La investigación fue elaborada a través de un estudio descriptivo, no experimental, transaccional. La población se estratificó y el instrumento de recolección utilizado fue el Inventario de Motivaciones Sociales elaborado por Romero y Salom.

Suniaga (2002), emprendió una investigación llamada "Perfil Motivacional de las Cadenas de Restaurantes de comida rápida, según la teoría de McClelland" cuyo propósito fue comparar el perfil motivacional del personal perteneciente a los niveles de cargos: nivel supervisorio y nivel subordinado de las cadenas de restaurantes de comida rápida, ubicadas en el Municipio Chacao, con los perfiles obtenidos por las anteriores investigaciones realizadas en Venezuela. La investigación fue de tipo descriptivo, no experimental con un diseño de tipo

transaccional. Los resultados obtenidos evidenciaron que la motivación de afiliación ocupo el primer lugar, la motivación al logro el segundo y la motivación al poder el tercero.

Nouel y Rodríguez (2002), elaboraron una tesis llamada "Perfil Motivacional de Trabajadores del sector público, según la teoría de David McClelland", cuyo objetivo general fue comparar el perfil motivacional de los trabajadores fijos (empleados) con el perfil motivacional de los trabajadores temporales (contratados) según la teoría de McClelland y contrastarlos con los resultados obtenidos en investigaciones realizadas en Venezuela. El estudio fue descriptivo, no experimental, transaccional y los resultados apuntaron que la motivación a la afiliación se encuentra en primer lugar, la motivación al logro en el segundo, y la motivación al poder en el tercero.

De lo expuesto, se puede tener un panorama más amplio no solo de las motivaciones en general sino de las respectivas pistas para catalogar asertivamente, tanto a nivel individual como grupal las categorizaciones pertinentes.

Todas las investigaciones mencionadas, aportan una referencia fundamental para la elaboración de este estudio.

2. COMPROMISO ORGANIZACIONAL

El término de compromiso organizacional fue estudiado por primera vez en el campo de la psicología, asociado al sentido de pertenencia, a las teorías de la motivación, visto como una actitud, un estado psicológico que refleja un enlace emocional con la empresa y en ocasiones hasta visto como un sentimiento de obligación hacia la organización.

Según Mowday, Porter y Streers (1982) los individuos entran a las organizaciones con capacidades, deseos, metas y esperan usar sus capacidades, satisfacer sus deseos y conseguir sus metas; si la organización logra que esto suceda se incrementará el compromiso de los individuos hacia ella, por ende, ganará el aumento de la lealtad de sus empleados, la disminución del ausentismo y el incremento de su desempeño laboral.

En general se entiende o se percibe el compromiso organizacional como la identificación del sujeto con la empresa, y la disposición de este a trabajar en favor de los objetivos e intereses de la misma.

DEFINICIONES

Diversos autores han definido el Compromiso Organizacional de la siguiente manera:

- "Respuesta actitudinal resultante de una avaluación de la situación laboral lo cual une o adhiere el individuo a la organización" (Mowday, Porter, & Steers, 1982)
- "El nivel o el grado en que un empleado se identifica con la organización y sus metas deseando participar activamente en ella y mantener su membresía" (Robbins, 1996).
- "Aceptación afectiva de los objetivos y valores de la organización" (Allen & Meyer, 1997).
- "Un estado psicológico que caracteriza la reacción de los empleados con su organización y tiene implicaciones en las decisiones de continuar o dejar de ser miembro de la organización" (Allen & Meyer, 1997).

Según diversos autores, el compromiso es una variable multidimensional, razón por la cual el individuo puede comprometerse con diferentes objetos o entidades, asumiendo el compromiso en distintos grados o facetas relacionándose con diferentes aspectos como el trabajo, la profesión, el sindicato, la supervisión, el equipo de trabajo y los clientes (Allen & Meyer, 1997).

El compromiso organizacional va más allá de la lealtad y llega a la contribución activa en el logro de las metas de la organización. Este es una actitud hacia el trabajo más amplia que la satisfacción, porque se aplica a toda organización y no solo al trabajo.

Un compromiso organizacional intenso se caracteriza por:

1. Creencia y aceptación de las metas y valores de la organización.
2. Disposición a realizar un esfuerzo importante en beneficio de la organización.

3. Deseo de mantenerse dentro de la organización.

MODELO DE ALLEN Y MEYER

El modelo de los tres componentes del compromiso organizacional propuesto por Allen y Meyer en 1991 parte de una conceptualización multidimensional del compromiso organizacional en el que podemos diferenciar tres componentes: el compromiso afectivo, el compromiso continuo y el compromiso normativo.

Allen y Meyer argumentaron que era más apropiado considerar al compromiso afectivo, continuo y normativo como “componentes”, más que como “tipos” de compromiso, porque las relaciones de los empleados con la organización pueden reflejar varios grados de los tres. Por consiguiente, la posición de los investigadores para obtener un entendimiento más claro de la relación de un empleado con una organización es considerar la fuerza de todas las tres formas de compromiso juntas que intentar clasificarla como un tipo en particular. (Allen & Meyer, 1997)

En función de ello los autores indican que el compromiso organizacional está compuesto por:

COMPROMISO AFECTIVO

Allen y Meyer (1997) se refieren al compromiso afectivo como “la unión afectiva del empleado, para identificarse e involucrarse con la organización. Los empleados con un fuerte compromiso afectivo continúan en sus trabajos porque ellos son así lo desean” (Allen & Meyer, 1997, pág. 11)

Allen y Meyer (1997) tomaron un conjunto de definiciones sobre el compromiso de orientación afectiva de distintos autores, para formular un solo concepto.

- “Apego que sienten los individuos, hacia el grupo de trabajo basado en los afectos y la emoción” (Allen & Meyer, 1997)
- “Proceso mediante el cual las metas del individuo y de la organización se vuelven cada vez más congruentes” (Allen & Meyer, 1997)

- “Actitud u orientación hacia la organización que atrae o vincula la identidad del individuo a la organización” (Allen & Meyer, 1997)

Llegando de este modo a establecer que “el componente afectivo del compromiso organizacional se refiere al apego emocional, a la identificación con el involucramiento en la organización” (Allen & Meyer, 1997). Sobre este mismo componente los autores definieron o encontraron una serie de elementos que podrían afectarlo de alguno u otra forma, siendo estos:

- Características personales: Allen y Meyer (1997) ubicaron, siguiendo a Mowday (1982), algunas características propias del trabajador entre las que tenemos: edad, sexo y antecedentes como elementos a considerar a la hora de estudiar el compromiso organizacional; con respecto a estas “sub-variables” algunos estudios han arrojado evidencia suficiente para considerarlos como elementos poco determinantes en los grados de compromiso organizacional de los individuos con sus respectivas organizaciones, encontrando una correlación muy baja pero significativas, cuando se han realizado investigaciones sobre el compromiso organizacional, partiendo como elemento determinante alguno de los antes mencionados.

- Características de tipo organizacional: en cuanto a esta sub-categoría, los autores refieren ante todo a la percepción que inspiran en sus trabajadores, las políticas que la empresa posee, haciendo especial énfasis en las vías o canales mediante las cuales estas organizaciones hacen llegar o trasmiten esas políticas a sus trabajadores, considerando que el medio y la forma de transmisión resulta fundamental en la generación de compromiso organizacional del trabajador para con la organización.

- Experiencias dentro de la organización: según Allen y Meyer (1997), es en este apartado donde se han hallado las correlaciones más fuertes, pues a su consideración a medida que el individuo ve satisfechas sus expectativas y/o necesidades por parte de la organización o gracias a esta, en la misma medida dicho trabajador se irá sintiendo atado a su organización, por lo que irá desarrollando un alto grado de compromiso de carácter afectivo. (Córdoba, 2005)

Los empleados con un alto compromiso afectivo están dispuestos a trabajar más de lo exigido, apoyan los cambios, se involucran con la implantación de los procesos y continúan en la organización porque ellos así los desean.

COMPROMISO DE CONTINUIDAD O CONTINUO

Allen y Meyer (1997) tomaron un conjunto de definiciones de distintos autores, para formular un solo concepto:

- "La asociación de la ganancia con la participación del trabajador y el costo que representa para este abandonar la organización" (Allen & Meyer 1997).
- "Un fenómeno estructural que ocurre como resultado de transacciones entre el individuo y la organización en trabajo e inversiones" (Allen & Meyer 1997).

Allen y Meyer (1997) se refieren a este componente como "los costos que los empleados vinculan al pensar en abandonar la organización", de lo que se desprende que la fuente del componente de continuidad es la valoración de las inversiones realizadas a la organización por parte de sus empleados y/o la percepción de estos de otras alternativas, por lo que al final la permanencia del individuo dentro de la organización se basaría en una relación "ganancia-pérdidas"; donde el permanecer en la organización es una decisión originada por el interés de no perder nada de lo que se ha obtenido.

Sobre este componente los autores definieron un conjunto de elementos que afectaban o definían la intensidad de dicho componente en pro del desarrollo del sentido de compromiso organizacional en el trabajador, tales como:

- Inversiones: en relación a esta categoría, se encontró que el individuo tenderá a valorar el tiempo y dedicación que le ha costado la adquisición de sus destrezas y habilidades y el costo que le implicaría la posibilidad de trasladarse a otra organización, considerando en este sentido los posibles costos que le representarían un posible traslado de su familia hacia otra zona, transporte, etc. De igual modo en este apartado, se considera la valoración o percepción del status inherente al cargo que el individuo ha alcanzado en la organización, así como también las

contraprestaciones de índole material o mentaría que esta le reportan (Allen & Meyer, 1997).

- Alternativas: dentro de esta categoría encontramos las percepciones individuales de cada individuo sobre sus destrezas y/o habilidades y la capacidad de transferir estas a la organización, no sin antes hacer una evaluación al mercado de trabajo, ya que, si este proceso se encuentra una alta demanda de habilidades y destrezas que él considera que posee, el sentimiento o deseo de permanencia para la organización empleadora será menor. En pocas palabras, en la medida que aumentan las alternativas de trabajo del individuo, menor es el sentimiento o componente de continuidad (Allen & Meyer, 1997).

Es importante reiterar que ni inversiones, ni alternativas tendrán impacto en el compromiso de continuidad hasta que el empleado sea consciente de ellos y de sus implicaciones. Este reconocimiento, por una parte, significa que las personas que se encuentran en situaciones objetivamente similares pueden tener niveles diferentes de compromiso continuo.

La evidencia de las investigaciones disponibles es consistente con la idea de que el compromiso continuo en una organización se desarrolla como una función de varias inversiones que realiza el empleado y con la variedad de alternativas que crean que existan. También es consistente con la visión de que el compromiso continuo se desarrolla sobre la base del conocimiento del empleado, de las implicaciones de las inversiones o alternativas (Allen & Meyer, 1997).

Variables individuales como la edad y la antigüedad suelen tener un afecto importante sobre el compromiso continuo, pero también influyen otros aspectos como el nivel educativo, o la capacitación recibida que es transferible a otra empresa, y desde luego, aspectos macroeconómicos como el estado del mercado laboral (Marín, 2003).

COMPROMISO NORMATIVO

Morrow (1993) lo define como el sentimiento de obligación que tiene el individuo a permanecer en la organización porque piensa que es lo correcto, es lo que debe hacer.

Allen y Meyer (1997) tomaron un conjunto de definiciones de distintos autores, para formular un solo concepto:

- “Internalización total de las presiones normativas para actuar de manera que concuerden los objetivos del compromiso hacia la organización con los intereses y metas de estas” (Allen & Meyer, 1997).

- “Las conductas de compromiso son conductas socialmente aceptadas que exceden de las expectativas normativas o formales relevantes para el objeto del compromiso” (Allen & Meyer, 1997).

Allen y Meyer (1997) lo definen como “sentimiento de obligación de los empleados de permanecer con la organización. De esta manera, los empleados con un fuerte compromiso normativo permanecerán en la organización en virtud de su creencia de que hacer las cosas, es una cuestión de derecho y de moral” (Allen & Meyer, 1997, pág. 60).

Para algunos autores este componente es mediatizado por procesos tales como el modelaje, sistemas de recompensas, sistemas de castigo y otra serie de condiciones que el individuo va internalizando durante el desarrollo de las diferentes interrelaciones entre los individuos o trabajadores en su lugar de trabajo, en virtud de lo cual, el individuo define lo que en ese contexto determinado es correcto y lo que no (Allen & Meyer, 1997).

Por otro lado, algunos autores afirman que el elemento principal en este componente del compromiso organizacional es el llamado “contrato psicológico”, ya que este establece una serie de obligaciones de tipo empleado-empresa, que se consideran de importancia y por ende respetadas, hasta el momento en que algunas de esas consideraciones son violentadas por alguna de las partes (Allen & Meyer, 1997).

El componente normativo se ve también afectado por la percepción que tenga el trabajador de las inversiones que la organización le hace directamente bien sean orientadas al crecimiento profesional del empleado o bien al crecimiento del bienestar del individuo y su círculo familiar, en razón de que al evaluar estos beneficios, en el trabajador puede originarse un sentimiento de deuda moral, al sentir que toda esa ayuda que le ofrece la organización al empleado en su beneficio general, es difícil de retribuir (Allen & Meyer, 1997).

Ideas que complementan las expuestas por (Allen & Meyer, 1997), quienes afirman que el salario que perciben los empleados como contraprestación a sus servicios no representa un alicante suficiente para el desarrollo de altos grados de compromiso organizacional, ya que el desempeño de tareas interesantes, la capacitación y desarrollo de las potencialidades individuales así como la identificación con los valores y metas organizacionales representan para los individuos fuentes más fuertes de compromiso.

El individuo puede llegar a desarrollar un fuerte sentimiento de obligación a permanecer en su empresa, por efecto de experimentar una sensación de deuda hacia su compañía por haberle dado alguna oportunidad y/o recompensa que fue intensamente valorada por el colaborador (Allen & Meyer, 1997).

CARACTERISTICAS DEL EMPLEADO COMPROMETIDO

Allen y Meyer (1997) desarrollan unas características que describen al empleado comprometido: “El empleado comprometido es descrito como aquel que permanece con la organización en fortalezas y debilidades, asiste regularmente al trabajo, trabaja todo el día (y quizás más), protege los bienes de la compañía y comparte sus metas. Visto desde la perspectiva organizacional, tener una fuerza de trabajo comprometida parecería claramente ser una ventaja. Las oportunidades de realizar trabajos importantes y desafiantes (retadores), reunirse e interactuar con personas interesantes, aprender nuevas habilidades y desarrollarse como personas, guían el desarrollo del compromiso” (Allen & Meyer, 1997, pág. 3)

PREDICTORES

Glisson y Durick (1988) hablan de que existen tres grandes categorías de predictores del compromiso organizacional:

1. Las características de los trabajadores: descripción de la personalidad, sus necesidades y valores.
2. Las características de la tarea: conflictos de rol, identidad de la tarea, oportunidad de interacción social, niveles de habilidades de los subordinados y la esfera de acción o alcance de la tarea.
3. Las características de la organización: liderazgo, por ejemplo.

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Los factores determinantes del compromiso organizacional más importantes son:

Primero, las investigaciones han indicado que el compromiso organizacional es afectado por varias características del trabajo. Por ejemplo, el compromiso tiene a ser mayor cuando las `personas tiene altos niveles de responsabilidad sobre el desempeño de sus trabajos o tienen amplias oportunidades de promoción. Asimismo, el compromiso organizacional tiene a ser mayor entre individuos cuyos trabajos son altamente enriquecidos en características como autonomía, variedad, etc. (Greenberg & Baron, 1995).

Segundo, el compromiso de los empleados es probablemente influenciado por la naturaleza de las recompensas que ellos reciben. Recientes investigaciones demuestran que los sentimientos de compromiso son aumentados por el uso de planes de beneficios compartidos (un plan de incentivos en el cual los empleados reciben bonos en proporción a las utilidades de la compañía), particularmente cuando los empleados piensan que el plan es administrativo de un modo equitativo (Greenberg & Baron, 1995).

Tercero, el compromiso organizacional es afectado por la existencia de alternativas de oportunidades de empleo. En la medida en que un sujeto percibe mayores oportunidades para dejar la empresa, tendrá menores niveles de compromiso con su organización (Greenberg & Baron, 1995).

Cuarto, las percepciones de compromiso probablemente estarán relacionadas con el trato de los nuevos empleados en una organización. Es imposible desarrollar altos niveles de compromiso y motivación, si los empleados no sienten que son tratados con respeto, consideración, valorados o apreciados por los supervisores de la compañía (Dubois, 1997).

Quinto, varias características personales como la antigüedad, la edad, el sexo y el estado civil también influencian el compromiso organizacional. Por ejemplo, las personas que tiene mayor pertenencia con su organización están altamente comprometidas que aquellos que han sido empleados por cortos periodos de tiempo (Greenberg & Baron, 1995).

Sexto, otro factor responsable del desarrollo del compromiso con la organización es la percepción de que la organización está altamente interesada por la calidad y servicio al cliente. Los empleados tienden a identificarse con una organización que los respeta a ellos, así como también a sus clientes (Dubois, 1997).

Séptimo, el trabajo y las responsabilidades claramente definidas. Una clara comprensión de cómo el trabajo tiene que ser hecho ha significado un punto que afecta positivamente el desarrollo del compromiso organizacional. Esto consiste en la comunicación de supervisores a empleados acerca de la actividad a realizar y como tiene que ser hecha, y las expectativas que los supervisores tienen con respecto a los empleados y al trabajo que desempeñan (Dubois, 1997).

Octavo, un trabajo estimulante. Los trabajados que permiten a los empleados, utilizar sus propias aptitudes, conocimientos y opiniones significativas, contribuye al compromiso de los empleados con la organización. El enriquecimiento del trabajo y la autonomía de los empleados son 2 componentes claves para que un empleo sea estimulante (Dubois, 1997).

Noveno, la calidad de la información dada a los empleados acerca de los planes y actividades de la compañía. Las investigaciones indican que la importancia de este factor se incrementa durante los períodos en que las empresas u organizaciones están experimentando dificultades o crisis y que los empleados sienten inseguridad e incertidumbre acerca del futuro.

Decimo, la percepción de los empleados de una administración efectiva. El compromiso organizacional está finalmente afectado por la percepción de los empleados acerca de que tan bien la compañía está administrando sus recursos. A las compañías no solo debe preocuparles el control de sus costos y el incremento de su productividad, sino también, lograr que sus empleados se identifiquen con ella (Dubois, 1997).

BENEFICIOS DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

- Los empleados con altos niveles de compromiso tienden a permanecer más tiempo en la empresa, esto es positivo en la medida que una de las metas de la organización sea retener y desarrollar una fuerza de trabajo estable con altos niveles de desempeño (Allen & Meyer, 1997).

- Los empleados con una mayor vinculación con la organización poseen una gran motivación para contribuir significativamente con su empresa (Allen & Meyer, 1997).

- El compromiso organizacional se relaciona positivamente con la asistencia al trabajo, lo que contribuye a disminuir las ausencias de los trabajadores a la organización y su impacto negativo en las actividades que esta desarrolla (Allen & Meyer, 1997).

- En la medida que un trabajador se compromete con su empresa tiende a desempeñar mejor su trabajo vinculándose con las estrategias y decisiones de la organización y realizando un mayor esfuerzo por esta (Allen & Meyer, 1997)

IMPORTANCIA DEL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

Entre los hechos que están produciéndose en el mundo laboral se encuentran cambios debidos a la competencia por la globalización, la reingeniería de procesos y el reemplazo de funciones por roles. También se ha hecho mucho énfasis en la flexibilidad y la eficiencia y las organizaciones deben adaptarse a las condiciones cambiantes y disminuir los costos para ser más competitivas. Muchas estrategias son utilizadas para lograr estos objetivos, incluyendo la introducción de nueva tecnología y consolidación de operaciones. Como consecuencia de estas circunstancias se les aconseja a los empleados a no apegarse tanto a las organizaciones y patronos (Allen & Meyer, 1997).

Estas circunstancias no significan que el estudio acerca del compromiso organizacional está o carezca de importancia por las siguientes razones:

Primero, las organizaciones no están desapareciendo, están cambiando, pero deben mantener un núcleo de personas que son en sí la organización. Como las organizaciones cambian y los trabajos se están haciendo cada vez más flexibles, las personas que permanecen dentro de la organización se vuelven más importantes, ya que los trabajos son mucho más complejos y exigentes. Con la reducción y horizontalidad de la jerarquía organizacional, se les ha dado a los empleados más responsabilidad por las decisiones y por el manejo de sus actividades. Por consiguiente, es importante que la organización pueda confiar en sus empleados para hacer lo que es correcto, hecho que el compromiso asegura y garantiza (Allen & Meyer, 1997).

Segundo, las organizaciones que contratan a otras compañías para realizar trabajos específicos, estarán involucradas con el compromiso de estas otras. Este compromiso podría ser diferente y de más corta duración, con un enfoque en un contrato o proyecto en un lugar de en la propia organización. Esta situación es importante para entender como el compromiso se desarrolla y mantiene (Allen & Meyer, 1997).

Tercero y último, el compromiso se desarrolla naturalmente. Hay razones para creer que las personas necesitan estar comprometidas con algo, lo contrario al compromiso es la alienación y esto no es saludable. Si los empleados se vuelven menos comprometidos a las organizaciones, los empleados pueden encauzar su compromiso en otras direcciones (carrera, hobbies y grupos voluntarios), lo cual traerá implicaciones negativas para el bienestar del individuo y para las relaciones de los empleados con sus organizaciones (Allen & Meyer, 1997).

Todos estos factores llevan a considerar que la importancia del compromiso organizacional es y seguirá siendo de vital importancia para el desarrollo de cualquier organización (Allen & Meyer, 1997).

Es relevante recordar que para el estudio de la variable Compromiso Organizacional (CO) se utilizará el modelo desarrollado por Allen y Meyer (1997), siendo este el que realiza una sistematización amplia, diferenciada y actualizada de todas las teorías e investigaciones realizadas en este campo de estudio.

INVESTIGACIONES SOBRE COMPROMISO ORGANIZACIONAL

El objetivo de la investigación realizada por Belausteguigoitia (2000) es el proponer y someter a prueba un modelo que explique la relación entre algunos factores de clima organizacional, las tres dimensiones del compromiso (afectivo, normativo y de continuación), esfuerzo laboral y la relación familiar, en organizaciones familiares. Esta investigación es un estudio exploratorio ya que no se conocen todas las variables que intervienen en el compromiso organizacional en organizaciones familiares, pero se espera contribuir con él a incrementar, ampliar y enriquecer la información disponible.

Hay evidencias de que algunas variables del clima organizacional son determinantes del compromiso, y esta información puede ser de gran utilidad para los ejecutivos de las empresas. Para medir lo que corresponde a los tres componentes del compromiso organizacional, se utilizó la escala tipo Likert propuesta por Allen y Meyer (1991) que ha mostrado validez y confiabilidad en otras culturas, donde se incluye la coreana (Belausteguigoitia, 2000). En México, se encontraron índices adecuados de confiabilidad en las escalas de Compromiso Afectivo, Normativo y de Continuidad, con 0.81, 0.82 y 0.47 a 0.48 respectivamente (Belausteguigoitia, 2000).

Los resultados obtenidos en esta investigación, en lo que respecta al Compromiso Afectivo, indican que es mayor el grado en que un individuo se involucra emocionalmente con su empresa y establece lazos emocionales con la organización al percibir un clima organizacional favorable en las variables de trabajo como reto, expresión de los propios sentimientos y reconocimiento, así como una percepción no favorable de la variable de clima relativa a apoyo del superior inmediato.

Donde el resultado obtenido entre la variable de expresión de los propios sentimientos y compromiso afectivo indica que cuando la persona tiene oportunidad de expresar sus propias ideas y sentimientos existe mayor compromiso afectivo. La percepción respecto a la oportunidad para aplicar sus habilidades y capacidades en el desempeño de su trabajo, se traducen en ambos casos, en un mayor compromiso afectivo.

Mientras en el compromiso normativo, los resultados entre éste y el clima organizacional indican que, mayor será el grado en que un individuo se sienta obligado moralmente a permanecer en su organización, recibe un clima favorable en las variables de trabajo como reto, contribución, reconocimiento. El resultado obtenido entre la variable de trabajo como reto y compromiso normativo indica que, en la medida en que sea mayor la percepción del sujeto acerca de la posibilidad de usar y aplicar sus habilidades y capacidades, mayor será el compromiso normativo. Aquí, en este compromiso, se encuentra la creencia en la lealtad hacia la organización (sentido moral), quizá por percibir ciertas prestaciones que conducen a la persona a otorgar una correspondencia a éstas.

Finalmente, los resultados obtenidos entre las variables de clima organizacional y compromiso de continuidad indican que cuando un individuo percibe que debe permanecer en su organización, también percibe un clima favorable en relación con las variables de trabajo como reto y reconocimiento. En el caso del apoyo del superior inmediato y expresión de los propios sentimientos la correlación es inversa. En relación con el resultado obtenido entre las variables de reconocimiento y compromiso de continuidad, éste indica que cuando la persona percibe un clima organizacional en el que identifica que la organización aprecia y valora su esfuerzo, resultados y aportaciones, existirá un mayor compromiso para permanecer en la empresa.

RELACION ENTRE EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL Y LA MOTIVACIÓN

Cofer y Appley (1982), c/p Kiesler, (1971) introducen el concepto de Mecanismo de Anticipación Vigorizante (AIM), para describir situaciones donde el comportamiento vigorizante es mejorado con anticipaciones de hechos conocidos. El comportamiento donde se presenta una actitud adversa puede llevar a gran cantidad de implicaciones negativas, y muchos de nosotros estaremos renuentes a estructurar nuestro comportamiento. Así una estructuración en el comportamiento sea adecuada, ésta debe estar de acuerdo con las creencias y consideraciones del individuo. Con tal situación, nosotros estaremos motivados o preparados para entonces.

En algunas situaciones el compromiso individual debe ser estimulado, en otras situaciones, tal estimulación no es necesaria.

El concepto de AIM puede ser aplicado muy adecuadamente a las propiedades cuasi motivadoras del compromiso, pero de nuevo el compromiso por sí mismo no provee esa motivación. El individuo debe estar comprometido con un comportamiento y, por otro lado, sobre la base de la experiencia pasada y de la situación específica, debe anticipar las cosas que van a pasar, basado en los hechos y experiencias que ya han vivido.

Definitivamente, para Kiesler (1971), si vamos a utilizar el concepto del compromiso para hacer alguna predicción con respecto al comportamiento, debemos especificar qué efecto

tiene el compromiso por sí solo, y qué otras cosas son necesarias como alternativa para que se produzca la motivación.

Por otra parte, Stoner y otros (1996) señalan que los gerentes y los investigadores de la administración, llevan mucho tiempo suponiendo que las metas de la organización son inalcanzables, a menos que exista el compromiso permanente de los miembros de la organización, y para ellos, la motivación es una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso del trabajador.

De acuerdo con estas dos visiones sobre la relación entre el Compromiso Organizacional y la Motivación, podemos entonces suponer que es la motivación la que influye sobre el Compromiso, y que ésta última variable no tiene incidencia sobre la primera, a menos que contemos con la presencia de otros factores.

CAPITULO III

MARCO REFERENCIAL

Reseña institucional

La Universidad Católica Andrés Bello –UCAB- es una institución de carácter privado, sin fines de lucro, cuya misión es la promoción de la persona humana en todos los quehaceres de la vida, y cuyo objetivo fundamental es la formación integral del recurso humano, especialmente de la juventud venezolana, en lo personal, profesional y comunitario. Su visión, centrada en una concepción humano-cristiana de la vida, coloca el énfasis en la educación de personas sensibilizadas y concientizadas que coadyuvan en las soluciones aceleradas a la problemática social venezolana. Su sede principal se encuentra en la urbanización Montalbán-La Vega de Caracas, capital de Venezuela, y fue fundada en octubre de 1953.

Esta investigación se realiza específicamente en la especialidad de Relaciones Industriales, perteneciente a la Escuela de Ciencias Sociales, que se fundó e inició sus actividades seis años después de creada la UCAB, en septiembre de 1959, y forma parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la institución universitaria. En sus inicios abarcaba tres carreras: Sociología, Servicio Social (actualmente Trabajo Social) y Relaciones Industriales.

Descripción del contexto en el que se realizará la investigación

Debido a la situación de protestas generalizadas que vivió Venezuela entre los meses de abril y julio del año 2017, que alteró la dinámica social al tal punto que no sólo dificultó la movilización de la población de sus hogares a sus puestos de trabajo y/o de estudios, sino que obligó –en el mejor de los casos- a modificar, suspender, así como paralizar horarios o rutinas diarias. Por estas causas de fuerza mayor, consideradas variables inesperadas derivadas de la coyuntura nacional, en caso del presente estudio de investigación, hubo que tomar decisiones que garantizaran la continuidad y culminación del trabajo de grado, por lo que se cambió el lugar y el procedimiento de recolección de datos para la muestra, y analizar a los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, y

no a los pasantes de las empresas privadas de consumo masivo, como inicialmente se había planteado.

La misión de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB es formar académica e instrumentalmente a futuros científicos sociales; profesionales líderes competitivos, éticos y socialmente responsables; cuenta con un equipo docente y profesional altamente capacitado. Entre sus objetivos destacan evaluar, actualizar y crear programas de estudios a nivel de pregrado y posgrado actualizados, que satisfagan las exigencias del país en pro de su desarrollo, así como lograr la formación de un profesional que se responsabilice (comprometa) y se integre a la transformación social.

El Industriólogo es un científico preocupado por la problemática laboral y socioeconómica del país, capaz de analizar situaciones en forma crítica y de proponer soluciones viables con objetividad y realismo, que ayuden y orienten la política social de los empresarios, de los trabajadores y del Estado (Universidad Católica Andrés Bello, 2017).

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

Con el propósito de obtener los objetivos diseñados en el presente trabajo de investigación , este capítulo centra su atención en las fases del mismo, desde su inicio hasta su culminación, para ordenar el tema estudiado, y cumplir con los objetivos específicos que permitan despejar la incógnita e hipótesis del problema que se aborda, cual es determinar la relación entre nivel de Motivación y de Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB, ubicada en Caracas, Venezuela 2017

1. DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación que realizar poseerá un diseño no experimental, puesto que el fenómeno será observado en la forma en que se presente en su contexto natural, sin que sean manipuladas las variables, lo cual coincide con la descripción de Hernández, Fernández, y Baptista (1998) acerca de este tipo de diseño.

En cuanto al tiempo y alcance, responde a un estudio transversal de tipo correlacional; dado que los datos serán recolectados en un tiempo único, y haciendo mediciones a las variables de manera anónima e individual. “Los estudios correlaciónales buscan medir el grado de asociación entre dos o más variables (cuantifican relaciones), es decir, miden cada variable presuntamente relacionada y después miden y analizan la correlación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 105)

Mediante las correlaciones se busca confirmar las hipótesis planteadas en el Capítulo I. En cuanto a su enfoque, se trata de uno cuantitativo, el cual “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al:, 2006, pág. 5).

2. UNIDAD DE ANÁLISIS, POBLACIÓN Y MUESTRA

a. UNIDAD DE ANÁLISIS

Se considera como unidad de análisis a todos aquellos sujetos que conforman la muestra y serán medidos; tal y como lo afirman Hernández Fernández y Batista (2010). En el presente estudio la unidad de análisis es representada por los estudiantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB, ubicada en Caracas, que estén realizando pasantías o que las hayan culminado en un periodo no mayor a seis meses de durante el año 2017.

b. POBLACIÓN, MUESTRA Y UNIDAD DE ANÁLISIS

Se define población como "el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (Hernández et.al., 2006, pág. 238). En este trabajo de investigación la población está constituida por los estudiantes universitarios que realizaron sus pasantías en empresas privadas del sector de consumo masivo, en Caracas - Venezuela, en el año 2017.

Debido a la situación de protestas generalizadas que vivió Venezuela entre los meses de abril y julio del año 2017, por causas de fuerza mayor, consideradas variables inesperadas derivadas de la coyuntura nacional, en caso del presente estudio de investigación, hubo que tomar decisiones que garantizaran la continuidad y culminación del trabajo de grado, por lo que se cambió el procedimiento de recolección de datos para la muestra, y analizar a los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el año 2017, que estuvieran realizando pasantías al momento, (o porque las hayan culminado en un tiempo no mayor a 6 meses) y no a los pasantes de las empresas privadas de consumo masivo, como inicialmente se había planteado. La población no ha cambiado, siguen siendo pasantes, solo se modificó el lugar en donde se estudiarían, pasando directamente de las empresas privadas a la Universidad Católica Andrés Bello, en la Escuela de Ciencias Sociales, esto con el fin de poder llevar a cabo la investigación. Se establecieron estos criterios para la población con la finalidad de garantizar que los estudiantes seleccionados tuviesen suficientes conocimientos de los valores, misión y visión en las empresas, así como la antigüedad suficiente como para poseer un vínculo con la empresa. Para

el año 2017, en la Escuela de Ciencias Sociales, hay 752 estudiantes inscritos, los cuales se dividen en 588 estudiantes en régimen semestral, y 164 estudiantes en régimen anual.

En el caso de "la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población" (Hernández et.al, 2006), y en el presente estudio de investigación, la misma se eligió a través de un muestreo no probabilístico de bola de nieve, -o lo que también se conoce como muestreo en cadena-, técnica para identificar a individuos potenciales en estudios, en donde los sujetos o no se conocen, son difíciles de encontrar o de acceder a ellos (Universo Fórmulas, 2017), aplicado entre los pasantes universitarios estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, en el año 2017, dado que los 752 estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales no se encuentran, al momento de esta investigación, en su totalidad realizando pasantías, o de haberlas culminado en un tiempo no mayor a 6 meses, agregando a su vez el margen de error y que además los estudiantes no fueron obligados a participar en la investigación.

La unidad de análisis se basa en quienes son, específicamente, los sujetos u objetos de estudio (Hernández, et.al, 2006). Para la presente investigación se consideró como unidad de análisis a los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bellos, en el año 2017, mediante la aplicación de los intrumentos de Romero García y Salom de Bustamante que mide el nivel de motivación y el de Allen y Meyer que mide el nivel de compromiso organizacional.

3. DEFINICIÓN DE VARIABLES

a. VARIABLE INDEPENDIENTE: MOTIVACIÓN

Definición Conceptual: Según McClelland (1974) c/p Pérez (1999), la motivación viene a estar constituida por racimos de expectativas o asociaciones que se forman y crecen alrededor de las experiencias afectivas, y son los motivos que constituyen redes asociativas entonadas afectivamente en una jerarquía de fuerza o importancia dentro de un individuo dado

Definición Operacional: Puntaje alcanzado en el instrumento "Inventario sobre las Motivaciones Sociales" diseñado por Romero García y Salom Bustamante en 1990 por los

pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello.

Tabla #1: Dimensiones de la variable Motivación

Dimensiones	Definiciones
Necesidad al Logro	"Proceso de planeamiento y de esfuerzos hacia el logro y la excelencia, tratando de realizar algo único en su género y manteniendo siempre una relación comparativa con lo ejecutado anteriormente" (McClelland, 1974, pág. 8).
Necesidad de Afiliación	Esta necesidad la definen como "una forma de conducta social que responde a un impulso que satisface mediante la creación de vínculos afectivos con otras personas" (McClelland, 1974, pág. 10).
Necesidad al Poder	"Necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia un objetivo de influenciar a otro ser humano o a un grupo de ellos" (McClelland, 1974, pág. 13).

Tabla #2: Definición Operacional de la variable Motivación

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores
Motivación	Puntaje alcanzado en el instrumento "Inventario sobre las Motivaciones Sociales" diseñado por Romero García y Salom Bustamante en 1990 por los pasantes	Necesidad al Logro	Inventario MLP: Items del 1 al 24
		Necesidad de Afiliación	Inventario MAFI: Items del 1 al 16
		Necesidad al Poder	Inventario MPS: Items del 1 al 20

	universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello.		

b. **VARIABLE DEPENDIENTE: COMPROMISO ORGANIZACIONAL**

La variable dependiente de acuerdo con Hernández et al: (2006), "… no se manipula, sino que se mide para ver el efecto de la manipulación de la variable independiente sobre ella." (p.111). De acuerdo con esto, la variable dependiente sometida al estudio es el Compromiso Organizacional.

Definición Conceptual: Es el estado psicológico que caracteriza las relaciones de los empleados con la organización y tiene implicaciones para la decisión de continuar o dejar de ser miembro de la organización (Allen & Meyer, 1997).

Definición Operacional: Puntaje alcanzado en el instrumento de Compromiso Organizacional diseñado por Allen y Meyer (1997) por los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello.

Tabla #3: Dimensiones de la variable Compromiso Organizacional

Dimensiones	**Definiciones**
Compromiso Afectivo	Apego emocional, identificación que desarrolla el trabajador o involucramiento de éste con la organización. Proceso actitudinal, donde los trabajadores evalúan sus relaciones con la organización en términos del valor y la congruencia que existe entre los objetivos propios y los de la empresa. Los empleados con un alto compromiso afectivo están dispuestos a trabajar más de lo exigido, apoyan los cambios, se involucran con la implantación de los procesos y continúan en la organización porque ellos así los desean.
Compromiso Continuo	Necesidad del trabajador de mantenerse en el puesto de trabajo, está relacionado con la evaluación que éste hace de los costos asociados al hecho

	de abandonarlo. Los empleados con un fuerte compromiso continuo seguirán en la organización porque lo necesitan.
Compromiso Normativo	Sentimientos de obligación experimentado; sentido de pertenencia manifestado en el deseo de quedarse en la empresa, cumplimiento y respeto hacia la organización mediante acciones dirigidas a defenderla.

Tabla #4: Definición Operacional de la variable Compromiso Organizacional

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores
Compromiso	Puntaje alcanzado en el instrumento de Compromiso Organizacional diseñado por Allen y Meyer (1997) por los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello.	Compromiso Afectivo	Items: 6, 9, 12, 14, 15, 18
		Compromiso Continuo	Items: 1, 3, 4, 5, 16, 17
		Compromiso Normativo	Items: 2, 7, 8, 10, 11, 13

c. **Variables Demográficas**

Sexo

Definición conceptual: Del latín sexus, conjunto de seres pertenecientes a un mismo sexo. Sexo masculino, femenino (Real Academia Española, 2014).

Definición operacional: Respuesta al ítem sobre el sexo del sujeto; aparece la letra “F” si el sujeto es del sexo femenino, y la letra “M” si el sujeto es del sexo masculino, las cuales será codificadas como “1” y “2”.

Edad

Definición conceptual: Número de años de vida de una persona (Real Academia Española, 2014).

Definición operacional: Respuesta al ítem sobre la edad del sujeto; se registrará en número de años.

Nivel de educación dentro de la institución

Definición conceptual: Avance educativo que tiene una persona (Real Academia Española, 2014)

Definición operacional: Respuesta al ítem sobre el semestre o año que cursa el estudiante en la Universidad Católica Andrés Bello. Se codificarán como "1 – Tercer semestre; 2 – Cuarto semestre; 3 – Quinto semestre; 4 – Sexto semestre; 5 – Séptimo semestre; 6 – Octavo semestre; 7 – Cuarto año; 8 – Quinto año".

Tiempo de pasantía

Definición conceptual: Duración del lapso establecido para la actividad curricular denominada pasantía, que cumplen los estudiantes en organizaciones privadas y públicas con miras a adquirir experiencia profesional (Universidad Católica Andrés Bello, 2007)

Definición operacional: Respuesta al ítem sobre la cantidad de tiempo que el estudiante dedica a desarrollarse como pasante en la organización. Se codificarán como "1 - Menos de seis meses; 2 - Seis meses o más; 3 - Un año o más; 4 - Dos años o más".

Tutelaje

Definición conceptual: Grupo al que pertenecen los seres humanos que están en dirección, amparo o defensa respecto de otra persona (Real Academia Española, 2014).

Definición operacional: Respuesta al ítem sobre el tutelaje de las pasantías; se codificarán como "1- Directamente con la empresa y 2- FUNDEI".

4. INTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Conforme a Sabino (2000), “los instrumentos de recolección de datos son en principio cualquier recurso del que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información” (p.129). En esta investigación para cumplir con los objetivos planteados de forma exitosa y tomando en cuenta el diseño de la misma, se realizarán las técnicas de cuestionario y la escala Likert.

Para Hernández et al (2006), “el cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.310). El contenido de los cuestionarios es tan variado como los aspectos que mide, por lo que se pueden presentar en él preguntas abiertas y cerradas según Hernández et al (2006).

Estos mismos autores señalan que la escala Likert “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se le pide la reacción de los participantes” (p.341). En este tipo de escala las alternativas de respuesta son de cuatro (4) o seis (6) puntos cuyo valor se representa en forma numérica, haciendo la medición de la variable un trabajo sencillo y amigable.

La encuesta que se utilizará como instrumento de recolección de datos estará conformada por tres partes:

a. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

La primera de ellas, destinada a la recolección de los datos sociodemográficos de la población tales como sexo, edad, semestre o año que cursa, duración o tiempo de pasantías, tutelaje de las pasantías. Esto con la finalidad de estudiar el nivel de Motivación y Compromiso Organizacional de una forma más desarrollada y definida, en función de cada una de esas variables sociodemográficas.

b. INVENTARIO SOBRE LAS MOTIVACIONES SOCIALES POR ROMERO GARCÍA Y SALOM DE BUSTAMANTE

La segunda parte tiene como finalidad determinar el nivel o grado de motivación presente en los encuestados de las empresas, para esto se utilizará un cuestionario de tipo

Likert, basado en la teoría tricotómica de McClelland elaborado por Romero y Bustamante en el año 1990, el cual fue tomado por Chávez y Ramírez (2004) y Rodas (2013). Este instrumento está conformado por tres (3) cuestionarios, donde cada uno medirá un tipo de Motivación (Afiliación, Poder y Logro).

El instrumento está constituido por tres cuestionarios donde cada uno mide un tipo de Motivación Social. El inventario MLP; mide la Motivación al Logro Personal, contiene 24 ítems, igualmente, el inventario MPS; mide la Motivación al Poder y contiene 20 ítems, por último, el inventario MAFI, mide la Motivación a la Afiliación y contiene 16 ítems.

Tabla #5: Distribución ítems de Motivación

Dimensión	Número de la afirmación
MLP (Necesidad de Logro)	24
MAFI (Necesidad de Afiliación)	16
MPS (Necesidad de Poder)	20

Cada escala consta de ítems escritos en formato Likert de seis puntos, que van desde “Completamente en desacuerdo” (1), hasta “Completamente de acuerdo” (6).

Tabla #6: Codificación grados de aprobación

Grado de aprobación	Código
Completamente de acuerdo	6
Moderadamente de acuerdo	5
Ligeramente de acuerdo	4
Ligeramente en desacuerdo	3

Moderadamente en desacuerdo	2
Completamente en desacuerdo	1

De esta misma forma, al momento de interpretar los resultados de esta variable, se establecerán las siguientes equivalencias, tomadas por Nouel y Rodríguez (2002), las cuales se perciben de la siguiente manera:

Tabla #7: Equivalencia para la interpretación de la variable Motivación según Nouel y Rodríguez (2002)

1(1-1,4)	2(1,5-2,4)	3(2,5-3,4)	4(3,5-4,4)	5(4,5-5,4)	6(5,5-6,4)
Muy Débil	**Moderadamente Débil**	**Ligeramente Débil**	**Ligeramente Intenso**	**Moderadamente Intenso**	**Muy Intenso**

Es importante destacar que dicho cuestionario ha sido aplicado en varios estudios destinados a medir la motivación; entre estos estudios podemos destacar a los investigadores Nouel y Rodríguez (2002), quienes aplicaron el cuestionario en el Sector Publico para determinar el Perfil Motivacional de los trabajadores; asimismo Suniaga (2002), aplicó el cuestionario para determinar el Perfil Motivacional de los trabajadores de los restaurantes de comida rápida y, por último, Ramos (1994), lo aplicó para determinar la motivación al logro de su población estudiada.

Los coeficientes de confiabilidad Alfa Cronbach y de Spearman-Brown del inventario MPL son de 0.73 y 0.80, respectivamente. Igualmente, para el inventario MAFI los coeficientes de confiabilidad Alfa Cronbach y de Spearman-Brown son de 0.79 y 0.80, respectivamente. Finalmente, para el inventario MPS los coeficientes de confiabilidad Alfa Cronbach y de Spearman-Brown, son de 0.83 y 0.84 respectivamente. Los datos anteriores nos

llevan a afirmar que el grado de confiabilidad de los instrumentos de motivación es alto por lo que las conclusiones que se hacen a partir de ellos son una expresión muy próxima a la realidad (Romero García & Salom de Bustamante, 1992). En la página siguiente, hay un resumen de la confiabilidad obtenida por el instrumento:

Tabla #8: Confiabilidad de estudios de Motivación

Variable	Dimensiones	Alfa de Crombach	Spearman-Brown
MOTIVACIÓN	Necesidad de Logro (MLP)	0,73	0,80
	Necesidad de Afiliación (MAFI)	0.79	0.80
	Necesidad de Poder (MPS)	0.83	0.84

c. **CUESTIONARIO DE COMPROMISO ORGANIZACIONAL POR NATALIE ALLEN Y JOHN MEYER**

La tercera parte tiene como finalidad determinar el nivel o grado de compromiso organizacional presente en los encuestados y la tendencia hacia un determinado componente del compromiso en los empleados de las empresas, para esto se utilizará el cuestionario de compromiso organizacional (OCQ) desarrollado por Natalie Allen y John Meyer, en su libro “Commitment in the Workplace” (1997).

Esta escala comprende 6 ítems para cada uno de los tres componentes del compromiso organizacional (afectivo, continuo y normativo), haciendo un total de 18 ítems, presentados en una escala tipo Likert, de los cuales 4 son reversibles: tres pertenecen al componente afectivo (ítems 14, 15 y 18) y uno pertenece al componente normativo (ítem 10).

Tabla #9: Distribución ítems de Compromiso Organizacional

Dimensión	Número de la afirmación
Afectiva	6, 9, 12, 14, 15, 18
Continua	1, 3, 4, 5, 16, 17
Normativa	2, 7, 8, 10, 11, 13

Este cuestionario mide la actitud que tiene el trabajador, con respecto a diversos indicadores, como, por ejemplo: lealtad, participación, identificación y pertenencia hacia su empresa de trabajo temporal, y de esta forma determinar cuán comprometidos están con la misma.

Los ítems se presentarán como un conjunto de afirmaciones ante los cuales, los sujetos responderán con base a cinco (5) categorías de respuestas que van desde “total desacuerdo” (1), hasta “plenamente de acuerdo” (5). Para la compresión de los resultados se entenderá que, a mayor puntaje obtenido, mayor será el compromiso experimentado por los trabajadores en sus diferentes dimensiones.

Tabla #10: Codificación grados de aprobación

Grado de aprobación	Código
Plenamente de acuerdo	5
De acuerdo	4

Sin Opción - Indiferente	3
En Desacuerdo	2
Total Desacuerdo	1

Es importante señalar que los cuestionarios poseen ítems tanto positivos como negativos, para que el participante se vea en la necesidad de atender a lo planteado en cada uno de ellos, y no elija una sola dirección de respuesta, pensando que esta expresará el total acuerdo o desacuerdo con lo planteado.

Mientras más de acuerdo esté el sujeto con la afirmación en el caso de los ítems positivos, esto se traducirá en que el sujeto posee una actitud favorable hacia la variable compromiso organizacional. En el caso de los ítems reversibles o negativos, mientras mayor es el acuerdo por parte del sujeto, su actitud ante la variable de compromiso organizacional será desfavorable, por consiguiente, se deberá invertir la puntuación de la respuesta a la hora de realizar el análisis de resultados.

Tabla #11: Planteamientos positivos y negativos

Planteamientos positivos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 16, 17
Planteamientos negativos	10, 14, 15, 18

El instrumento de Allen y Meyer fue validado por sus autores, arrojando un coeficiente de confiablidad de 0,79. De esta manera se concluye que el instrumento es efectivamente confiable, por lo que fue posible utilizarlo para medir la variable de Compromiso Organizacional.

Este cuestionario fue traducido al español de su versión original en inglés, por primera vez, por María Alejandra Alemán y María de las Nieves González en 1997, para su trabajo de

grado, en una muestra de 125 trabajadores de una empresa del sector ferretero venezolano, arrojando un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,81 para la escala completa del instrumento, 0,86 para el componente afectivo, 0,64 para el componente continuo y de 0,62 para el componente normativo. Otros investigadores como:

Tabla #12: Confiabilidad de estudios de compromiso organizacional en la UCAB

Autor	**Título**	**Alfa de Cronbach**
Alemán y González (1997)	Las propiedades motivadas del puesto como predictores del compromiso organizacional en una empresa del sector ferretero.	0,86
Cabré y Mejías (1999)	Relación entre el compromiso organizacional y la resistencia presente: en los procesos de cambio en los empleados de una empresa del sector petrolero.	0,8846
Rico y Rodríguez (1998)	Compromiso organizacional y desempeño laboral.	0,8020
Contreras y Lujano (1999)	Compromiso organizacional en trabajadores accionistas.	0,8622
Rodríguez y Villalobos (1999)	Naturaleza del compromiso organizacional y el desempeño individual: en trabajadores de atención al cliente del sector de telecomunicaciones.	0,7288
Cuberos y Dugarte (1999)	Congruencia entre valores individuales y organizacionales, y su relación con el compromiso organizacional.	0,7784
Pestana y Vela (2003)	Relación entre las congruencias de valores individuales y valores organizacionales con el compromiso organizacional.	0,709

PRUEBA PILOTO

Luego de tener ambos instrumentos listos, se realizó un estudio piloto con diez estudiantes encuestados, un estudiante de cuarto semestre, dos de sexto semestre, uno de séptimo semestre y seis estudiantes de quinto año. Las edades estuvieron comprendidas entre 19 años con un estudiante, 21 años con un estudiante, 22 años con dos estudiantes, 23 años con cuatro estudiantes y 25 años con dos estudiantes. En cuanto al sexo, cuatro estudiantes del sexo femenino y seis del sexo masculino. En la página siguiente, se tienen los resultados de la prueba piloto:

Tabla #13: Estadística Descriptiva de las variables demográficas en la Prueba Piloto

Variable Demográfica	Categoría	N° de estudiantes
Sexo	**Total**	**10**
	Femenino	4
	Masculino	6
Edad	**Total**	**10**
	19	1
	21	1
	22	2
	23	4
	25	2
Semestre o año que cursa	**Total**	**10**
	Cuarto Semestre	1
	Sexto Semestre	2
	Séptimo Semestre	1

	Quinto Año	6
Duración o tiempo de pasantía	**Total**	**10**
	Menos de 6 meses	4
	6 meses o más	4
	1 año o más	1
	2 años o más	1
Pasantías tuteladas por	**Total**	**10**
	Directamente por la empresa	9
	FUNDEI	1

Posteriormente se realizó un análisis de confiabilidad de la prueba piloto (Tabla #15) hallando el Alfa de Cronbach para cada dimensión de la variable Motivación en estudio; en este sentido, se determinó mediante el programa de computación SPSS, que el grado de confiabilidad del instrumento completo cuenta con un índice del 0.702 de confiabilidad Alfa de Cronbach. El inventario MPL que mide la motivación al logro, cuenta con un índice del 0.911 de confiabilidad Alfa Cronbach para sus 24 ítems, que comparado con el Alfa de Cronbach de Romero García y Salom Bustamante (0.73) es alto. Asimismo, se comprobó mediante el programa de computación SPSS que el inventario MAFI mide la motivación a la afiliación, cuenta con un índice del 0.961 de confiabilidad Alfa Cronbach para sus 16 ítems, que comparado con el Alfa de Cronbach de Romero García y Salom Bustamante (0.79) es alto. Mediante el programa de computación SPSS se determinó que el inventario MPS, que mide la motivación al poder, cuenta con un índice del 0.972 de confiabilidad Alfa Cronbach para sus 20 ítems, que comparado con el Alfa de Cronbach de Romero García y Salom Bustamante (0.83) es alto.

El análisis de confiabilidad para cada dimensión de la variable Compromiso Organizacional se determinó mediante el programa de computación SPSS; el grado de confiabilidad del instrumento completo cuenta con un índice del 0.858 de confiabilidad Alfa de Cronbach, que comparado con el Alfa de Cronbach de Aller y Meyer (0,79) es bueno. Para

el inventario de compromiso afectivo cuenta con un índice del 0.290 de confiabilidad Alfa de Cronbach para sus 6 items, para el inventario de compromiso continuo cuenta con un índice de 0.889 de confiabilidad Alfa de Cronbach para sus 6 items y finalmente para el inventario de compromiso normativo cuenta con un índice del 0.785 de confiabilidad Alfa de Cronbach. La consistencia interna de los ítems analizados es bueno ya que el índice de confiabilidad Alfa de Cronbach es muy cercano a 1. En la página siguiente, hay un resumen de la confiabilidad obtenida en el presente estudio:

Tabla #14: Análisis de Confiabilidad de la Prueba Piloto

Dimensiones	Estadísticos	Cálculos
Motivación	Media	3.6832
	Desviación Típica	0.94611
	Mínimo	1.89
	Máximo	5.22
	Coef. De variación	25.69%
	Alpha	0.702
Motivación - Necesidad de logro	Media	3.6583
	Desviación Típica	0.80455
	Mínimo	1.88
	Máximo	5.21
	Coef. De variación	21.99%
	Alpha	0.911
Motivación - Necesidad de afiliación	Media	3.7813
	Desviación Típica	1.2687
	Mínimo	1.75
	Máximo	5.31
	Coef. De variación	33.55%
	Alpha	0.961
Motivación - Necesidad de poder	Media	3.6100
	Desviación Típica	1.42396
	Mínimo	1.85
	Máximo	5.50
	Coef. De variación	39.44%
	Alpha	0.972
Compromiso	Media	2.8167
	Desviación Típica	0.85509
	Mínimo	1.67

	Máximo	4.28
	Coef. De variación	30.36%
	Alpha	0.858
Compromiso Afectivo	Media	2.7333
	Desviación Típica	0.67220
	Mínimo	2
	Máximo	4.33
	Coef. De variación	24.59%
	Alpha	0.290
Compromiso Continuo	Media	2.5333
	Desviación Típica	1.18842
	Mínimo	1
	Máximo	4.33
	Coef. De variación	46.91%
	Alpha	0.889
Compromiso Normativo	Media	3.1833
	Desviación Típica	0.97642
	Mínimo	1.50
	Máximo	4.33
	Coef. De variación	30.67%
	Alpha	0.785

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

5. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

El procedimiento para la recolección de datos que responden a la pregunta del investigador del presente estudio es mediante la técnica de la encuesta, definida como la que "trata de determinar la incidencia, distribución e interrelaciones entre variables sociológicas y psicológicas; al hacerlo, por lo general se centran en la gente, en los hechos vitales de la gente, y sus creencias, actitudes, opiniones, motivaciones y conducta" (Kerlinger, 1988, p.428).

En tal sentido, para la recolección de toda la información necesaria para la presente investigación se procedió a pasar el instrumento en formato de cuestionario web (Google Form) por vía electrónica a los delegados de todos los cursos de la carrera de Relaciones Industriales de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB, para que estos lo remitieran a los integrantes de sus respectivos salones. De igual manera se les pidió que mandaran el cuestionario directamente a sus compañeros que actualmente estuvieran realizando pasantías.

Una vez que se llegó al límite de tiempo establecido para la recolección del instrumento, se cerró el cuestionario, y se procedió al vaciado y análisis de los datos. Se obtuvieran 81 encuestas por parte del alumnado con la información requerida. Teniendo en cuenta la coyuntura país ya descrita, es importante aclarar que el número de pasantes universitarios y de empresas que conformarían inicialmente la muestra cambió en función del lugar y del modo de aplicación del instrumento.

6. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Los datos obtenidos a partir de cada una de las escalas aplicadas se organizaron en una base de datos en Microsoft Excel. Posteriormente, por medio del programa estadístico SPSS en su versión número 24 (considerado como una de las herramientas más utilizadas para la elaboración de investigaciones como trabajos de grado, y siendo muy versátil para la realización de cálculos) se estimaron los resultados de la investigación utilizando el análisis de correlación y los estadísticos descriptivos (media, mediana, moda, desviación típica, varianza) y la correlación con el coeficiente de correlación de Pearson para cada una de las dimensiones de las variables, lo que permitió finalmente realizar la discusión de los resultados del estudio.

Los valores que fueron arrojados a través de este coeficiente oscilan en el sistema de medición de este instrumento, donde el signo positivo (+) representa que la relación es directa, mientras que el signo negativo (-) representa que la relación es inversa.

Finalmente, para contrarrestar las hipótesis, buscando una relación o asociación y análisis de dependencia entre las variables, se utilizó una prueba ANOVA.

FACTIBILIDAD

Para garantizar la factibilidad de este estudio, se desarrollaron cuidadosamente todos los aspectos que intervienen en el cumplimiento de los objetivos planteados en esta investigación.

Los investigadores hicieron contactos previos con los participantes y acordaron el momento más adecuado para la recolección de los datos, procuraron generar confianza en los participantes recordando los fines académicos del estudio y el resguardo del anonimato de los

datos. Los datos obtenidos fueron utilizados para fines exclusivamente académicos, asegurando la objetividad de los mismos, no siendo manipulados ni tergiversados.

Esta investigación se llevó a cabo porque contaba con los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para ello, las variables fueron susceptibles de ser medidas de manera cualitativa y cuantitativa, y aunque existieron dificultades de acceder a la muestra requerida para el estudio, se consideró viable la disponibilidad de la información.

7. CONSIDERACIONES ÉTICAS Y LEGALES

- La investigación se desarrolló cumpliendo con todas las normas y prácticas asociadas al método científico para la realización de trabajos de investigación.

- Ningún sujeto fue forzado a participar y los datos que se obtuvieron son de carácter anónimo y fueron tratados únicamente con fines académicos. Se tuvo total discreción en el manejo de los instrumentos de recolección de información.

- Para la elaboración de este trabajo de grado se utilizaron diferentes referencias bibliográficas, las cuales se encuentran citadas en sus respectivas menciones y en la bibliografía que el trabajo presenta; garantizando así que cada autor reciba el mérito por lo expuesto y evitando el plagio de información, opiniones o descubrimientos.

- La presente investigación busca aportar información actualizada e importante, la cual puede ser de utilidad para investigaciones futuras.

- Para finalizar el desarrollo de esta investigación no infringe ninguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal.

CAPITULO V

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

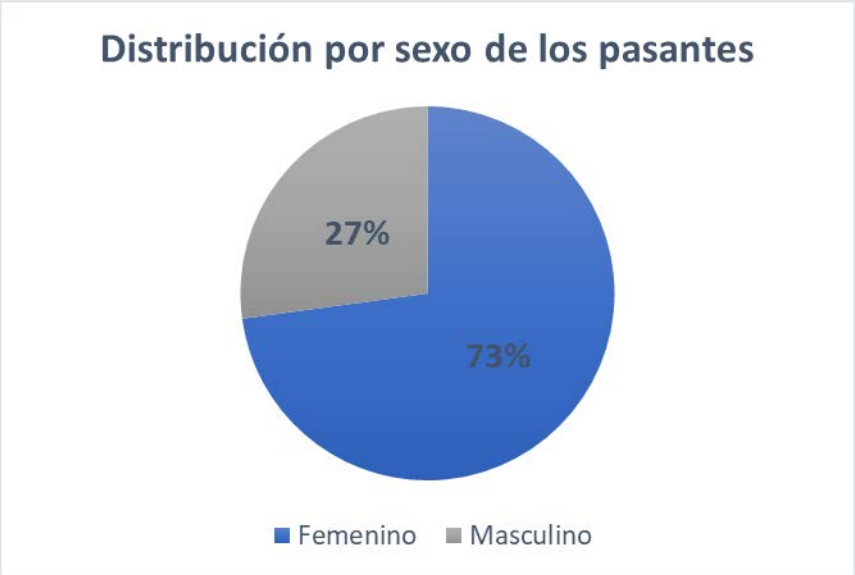
1. Caracterización de la muestra

Tabla #15: Distribución por sexo de los pasantes

Sexo	Frecuencia	%	% Acumulativo
Masculino	22	27.2	27.2
Femenino	59	72.8	100
Total	**81**	**100**	

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Gráfico #1: Distribución por sexo de los pasantes



En gráfico #1, se observa que la muestra seleccionada en forma no aleatoria de los estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello tiende

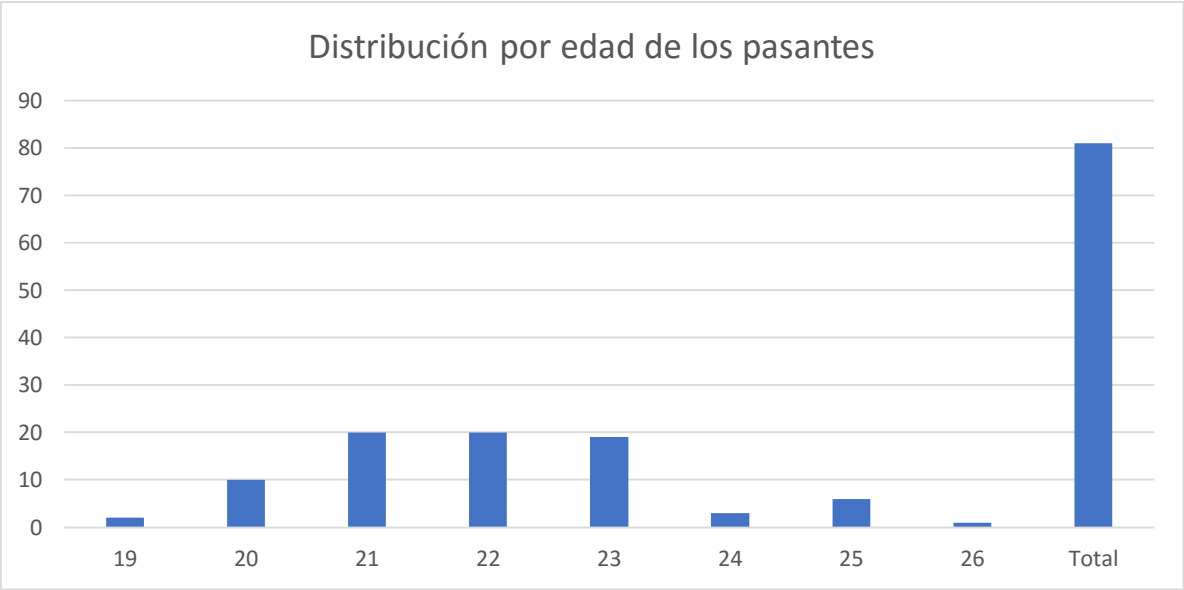
a ser del sexo femenino; de un total de 81 estudiantes, el 72,8 % (59) son del sexo femenino, y el 27,2% (22) estudiantes son del sexo masculino. Esto refleja la predominancia femenina entre los estudiantes de la Escuela de Ciencias Sociales en general y en Relaciones Industriales en particular.

Tabla #16: Distribución por edad de los pasantes

Edades	Frecuencia	%	% Acumulativo
19	2	2.5	2.5
20	10	12.3	14.8
21	20	24.7	39.5
22	20	24.7	64.2
23	19	23.5	87.7
24	3	3.7	91.4
25	6	7.4	98.8
26	1	1.2	100
Total	**81**	**100**	

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Gráfico #2: Distribución por edad de los pasantes



En la distribución por edad de los estudiantes, se observó que en la frecuencia de las edades comprendidas en el intervalo entre 21 a 23 años se ubicó el máximo porcentaje en 24,7%, en acumulado corresponde con el 72,9% mientras que el mínimo porcentaje se ubicó con 1,2% correspondiente a los 26 años.

Tabla #17: Distribución por semestre o año que cursan los pasantes

Semestre o año que cursa	Frecuencia	%	% Acumulativo
3er Semestre	0	0	0
4to Semestre	2	2.5	2.5
5to Semestre	5	6.2	8.6
6to Semestre	15	18.5	27.2
7mo Semestre	4	4.9	32.1

8vo Semestre	8	9.9	42
4to Año	12	14.8	56.8
5to Año	35	43.2	100
Total	**81**	**100**	

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

En la distribución por semestre o año que cursa, el mayor número de pasantes se ubicó en quinto año, con un porcentaje de 43.2%, y ello luce razonable ya que es casi una garantía la posibilidad de quedarse en la empresa como ha sido lo tradicional en estos casos mientras que el menor número de pasantes se ubicó en el cuarto semestre de la carrera, con un 2.5% lo cual luce razonable debido al cambio de pensum y la dedicación aleatoria de mañana y tarde que afecta a los estudiantes en solicitarlas; a su vez los contenidos hasta el cuarto semestre no permiten mayor desenlace y dedicación.

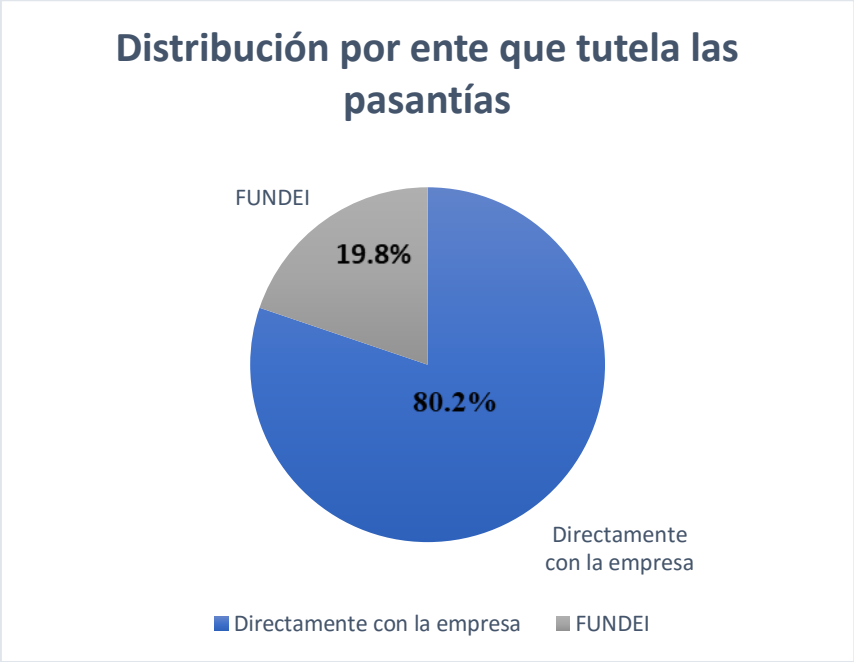
Tabla #18: Distribución por duración o tiempo de pasantías

Duración de las pasantias	Frecuencia	%	% Acumulativo
Menos de 6 meses	31	38.3	38.3
6 meses o más	27	33.3	71.6
Un año o más	20	24.7	96.3
2 años o más	3	3.7	100
Total	**81**	**100**	

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

En la distribución por duración o tiempo de pasantías de los estudiantes el mayor porcentaje se ubicó en 38,3%, menos de 6 meses, mientras que el menor porcentaje se ubicó en 3.7%, 2 años o más.

Gráfico #3: Distribución por ente que tutela las pasantías



En la distribución por "ente que tutela las pasantías" se determinó que el porcentaje mayor arrojó 80.2% en la variable sociodemográfica "directamente con la empresa", mientras que el menor porcentaje se ubicó en 19,8% en FUNDEI. Y ello es posible ya que una gran mayoría de empresas tienen acuerdos directamente con la universidad sin la necesidad de usar a FUNDEI como intermediario.

2. Estadísticos Descriptivos por la variable Motivación

Tabla #19: Estadísticos descriptivos de la variable Motivación

Estadísticos	Motivación
Media	3.6947
Mediana	3.7194
Moda	5
Desviación Típica	0.83996
Varianza	0.706

Coef. de Variación	22,73%
Mínimo	1
Máximo	6
Alfa de Cronbach	0.845

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Para determinar la homogeneidad de los resultados, se calculó el coeficiente de variación, obteniendo como resultado que existe "homogeneidad" al tener un valor total de 22,73%, lo que indica que los datos son muy representativos con respecto a la media. El índice de confiabilidad del instrumento (0.845) es alto lo que quiere decir que si hay consistencia interna entre los ítems ya que se encuentra cerca de su valor máximo.

Tabla #20: Estadísticos descriptivos de la variable Motivación por dimensiones

Estadísticos	Logro	Afiliación	Poder
Media	3.6219	3.9491	3.5130
Mediana	3.6250	4.0625	3.6000
Moda	3.63	4.56	3.75
Desviación Típica	0.82980	1.00366	1.03799
Varianza	0.689	1.007	1.007
Coef. De Variación	22.91%	25.41%	29.55%
Mínimo	1	1	1
Máximo	6	6	6
Alfa de Cronbach	0.910	0.910	0.936

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

En los Estadísticos Descriptivos por Dimensión de la variable Motivación, se observa que en la dimensión Logro el valor de la desviación típica se ubicó en 0.82980, siendo el mínimo, mientras que el máximo se ubicó en la dimensión Poder, con una desviación típica de 1.03799.

Los resultados obtenidos para los coeficientes de variación indican que existe mayor homogeneidad en los datos de la dimensión “Logro” con un valor de 22.91% mientras que, a pesar de seguir siendo homogéneos, los datos de las dimensiones “Afiliación y “Poder” se encuentran más dispersos con un valor de 25.41% y 29.55% respectivamente.

Sin embargo, es importante resaltar que, como se demuestra en la tabla, todas las dimensiones presentan homogeneidad en sus resultados ya que los valores obtenidos se encuentran por debajo del 30%.

Para el inventario MAFI, el valor obtenido de la media fue de 3.9491, mientras que para el inventario MLP arrojó 3,6219, y para el inventario MPS fue de 3.5130; lo que se traduce en que las tres dimensiones ubican su promedio de respuestas en la categoría “Ligeramente intenso”. La desviación típica arrojó, para el inventario MAFI 1.00366, para el inventario MLP 0.82980, y para el inventario MPS, 1.03799. Los datos anteriores nos llevan a afirmar que el grado de fiabilidad del instrumento de motivación es alto por lo que las conclusiones que se hacen a partir de ellos son una expresión muy próxima a la realidad (Romero García & Salom de Bustamante, 1992).

El índice de confiabilidad del instrumento en cada una de sus dimensiones (Logro 0.910; Afiliación 0.910; Poder 0.936) es alto lo que quiere decir que si hay consistencia interna entre los ítems ya que se encuentra muy cerca de su valor máximo.

Tabla #21: Escala de Medición de la variable motivación

1(1-1,4)	2(1,5-2,4)	3(2,5-3,4)	4(3,5-4,4)	5(4,5-5,4)	6(5,5-6,4)
Muy Débil	**Moderadamente Débil**	**Ligeramente Débil**	**Ligeramente Intenso**	**Moderadamente Intenso**	**Muy Intenso**

Tabla #22: Media de la variable Motivación y sus dimensiones relacionadas con cada variable

					Dimensiones			
Variable Demográfica	Dimensiones	N	Motivación	Medida	Logro	Afiliación	Poder	Medida de la dim. más alta
Sexo	Femenino	59	3.70	Ligeramente Intenso	3.65	3.98	3.47	Ligeramente Intenso
	Masculino	22	3.67	Ligeramente Intenso	3.53	3.86	3.62	Ligeramente Intenso
Edad	19	2	3.73	Ligeramente Intenso	3.94	3.84	3.40	Ligeramente Intenso
	20	10	3.68	Ligeramente Intenso	3.84	3.68	3.51	Ligeramente Intenso
	21	20	3.55	Ligeramente Intenso	3.39	3.91	3.36	Ligeramente Intenso
	22	20	3.85	Ligeramente Intenso	3.69	4.06	3.80	Ligeramente Intenso
	23	19	3.72	Ligeramente Intenso	3.67	3.96	3.53	Ligeramente Intenso
	24	3	3.14	Ligeramente Débil	3.03	3.44	2.97	Ligeramente Débil
	25	6	3.87	Ligeramente Intenso	3.85	4.45	3.31	Ligeramente Intenso
	26	1			MLP, MAFI, MPS es	constante para la	edad= 26. Este	valor ha sido omitido
Semestre o año	3er Semestre	0						
que cursa	4to Semestre	2	2.38	Moderadamente Débil	2.65	2.63	1.88	Ligeramente Débil
	5to Semestre	5	3.37	Ligeramente Débil	3.21	3.81	3.09	Ligeramente Intenso
	6to Semestre	15	4.13	Ligeramente Intenso	3.97	4.40	4.01	Ligeramente Intenso
	7mo Semestre	4	3.59	Ligeramente Intenso	3.48	3.89	3.41	Ligeramente Intenso
	8vo Semestre	8	3.59	Ligeramente Intenso	3.39	3.86	3.54	Ligeramente Intenso
	4to año	12	3.55	Ligeramente Intenso	3.47	3.74	3.43	Ligeramente Intenso
	5to año	35	3.72	Ligeramente Intenso	3.71	3.95	3.49	Ligeramente Intenso
Duración de	Menos de 6 meses	31	3.70	Ligeramente Intenso	3.57	4.00	3.52	Ligeramente Intenso
las pasantías	6 meses o más	27	3.56	Ligeramente Intenso	3.57	3.77	3.33	Ligeramente Intenso
	1 año o más	20	3.80	Ligeramente Intenso	3.72	3.99	3.70	Ligeramente Intenso
	2 años o más	3	4.19	Ligeramente Intenso	4.01	4.69	3.88	Moderadamente Intenso
Pasantías	Directamente con la emp.	65	3.82	Ligeramente Intenso	3.73	4.07	3.65	Ligeramente Intenso
supervisadas por	FUNDEI	19	3.20	Ligeramente Débil	3.17	3.44	2.97	Ligeramente Débil

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Basándonos en la escala de medición, podemos traducir el significado de los valores numéricos arrojados por la herramienta SPSS en su versión número 24, (tabla #24) para entender el nivel de motivación que tienen los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales con relación a las diversas variables sociodemográficas. Según los resultados podemos interpretar lo siguiente:

- Por inspección visual se concluye que en cuanto a la motivación según la variable "sexo", discriminado por femenino posee un valor de media de 3,70 y por masculino de media de 3,67, dando así una diferencia de 0,03 puntos a través de las medias; lo cual significa que ambos ítems se encuentran en el rango de "ligeramente intenso". Es importante destacar que la medición con el valor más alto se encuentra dentro de la dimensión Afiliación y se atribuye al sexo femenino con 3,98 a través de la media.

- Por inspección visual se concluye que en cuanto a la variable "edad", las edades correspondientes a 19 años con una media de 3,73; 20 años con una media de 3,68; 21 años con una media de 3,55; 22 años con una media de 3,85; 23 años con una media de 3,72 y 25 años con una media de 3,87, se encuentran en el rango "ligeramente intenso", exceptuando a los de 24 años de edad que se encuentran en el rango "ligeramente débil" con un valor de la media de 3,14. En cuanto a las dimensiones, los valores de medias más altos se encuentran en la dimensión afiliación de los 21 a los 25 años de edad, y en la dimensión logro las medias correspondientes a los de 19 y 20 años de edad, pero aun así estos siguen representando el rango "ligeramente intenso".

- Por inspección visual se concluye que para la variable "semestre o año que cursa" observamos que la motivación es mayor del 6to semestre al 5to año de la carrera ubicándose en el rango "ligeramente intenso", y con una diferencia entre las medias de 0,65 puntos; mientras que los pasantes en 4to semestre se encuentran en el rango "moderadamente débil" con una media de 2,38 y los pasantes en 5to semestre se encuentran en el rango "ligeramente débil" con una media de 3,37 respectivamente. La mayor media se ubica en el 6to semestre con una media de 4,13. En cuanto a las dimensiones de la variable, los mayores puntajes se obtuvieron, en la dimensión

afiliación, exceptuando al 4to semestre que se ubica en la dimensión “logro” con un valor de la media de 2.65.

- Por inspección visual se concluye que la variable denominada “duración de las pasantías” observamos que los ítems (menos de seis meses con una media de 3,70, seis meses o más con una media de 3,56, un año o más con una media de 3,80 y dos años o más con una media de 4,19) arrojaron valores de medias similares que los ubican en el rango “ligeramente intenso”, por lo que se puede inferir que la motivación es similar para todos los estudiantes de la carrera, independientemente del tiempo de duración de las pasantías. A pesar de estos valores similares, los pasantes con 2 años o más realizando pasantías tienen un puntaje mayor con una media de 4,19. Al compararse las dimensiones de la variable se destaca que los valores más altos se encuentran en la dimensión afiliación, y se recalca que para los estudiantes que llevan 2 años o más realizando pasantías, la motivación se incrementa a “moderadamente intensa” en esta dimensión con una media de 4,69.

- Por inspección visual se concluye que en cuanto a la realización de las pasantías directamente con la empresa o a través de FUNDEI se observa una media mayor en los estudiantes que realizan las pasantías directamente con la empresa, los cuales se encuentran en el rango “ligeramente intenso” con una media de 3.82 mientras que los estudiantes que realizan las pasantías supervisadas por FUNDEI se encuentran en el rango “ligeramente débil” con una media de 3,20. Al compararse las dimensiones de la variable, el valor máximo de ambos ítems se encuentra en la dimensión afiliación con una media de 4,07 y 3,44 respectivamente.

- También se puede observar que la dimensión representativa para los pasantes de la escuela de Ciencias Sociales es la dimensión afiliación, la cual obtuvo los valores de las medias más altos con relación a las otras dimensiones.

3. Estadísticos Descriptivos por Dimensión de la Variable Compromiso

Tabla #23: Estadísticos descriptivos de la variable Compromiso

Estadisticos	Compromiso Organizacional
Media	2.7586
Mediana	2.7778
Moda	3
Desviación Típica	0.84314
Varianza	0.711
Coef. de Variación	30.56%
Mínimo	1
Máximo	6
Alfa de Cronbach	0.860

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Para determinar la homogeneidad de los resultados, se calculó el coeficiente de variación, obteniendo como resultado que existe "homogeneidad" al tener un valor total de 30.56%, lo que indica que los datos son muy representativos con respecto a la media. El índice de confiabilidad del instrumento (0.860) es alto lo que quiere decir que si hay consistencia interna entre los ítems ya que se encuentra cerca de su valor máximo.

Tabla #24: Estadísticos descriptivos de la variable Compromiso por dimensiones

Estadísticos	Afectivo	Continuo	Normativo
Media	2.6749	2.6749	2.9259
Mediana	2.6667	2.5000	3.0000
Moda	3	3	3
Desviación Típica	0.84035	1.06846	0.93912
Varianza	0.706	1.142	0.882

Coef. de Variación	31.42%	39.94%	32.10%
Mínimo	1	1	1
Máximo	5	5	5
Alfa de Cronbach	0.666	0.869	0.805

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

En los Estadísticos Descriptivos de la Variable Compromiso, el valor mínimo de la subdimensión “Afectivo” arrojó una desviación típica de 0,84035, mientras que el valor máximo se ubicó con una media de de 2,6749. En el caso de la subdimensión “Continuidad” el valor mínimo fue de desviación típica de 1.06846, y el máximo con una media de 2,6749, que coincidió con el valor arrojado en de la subdimensión “Afectivo”, mientras que el valor mínimo de la subdimensión “Normativa” se ubicó con una desviación típica de 0.9391 y el valor máximo con una media de 2.9259.

Mediante el programa de computación SPSS en su versión número 24, se determinó que, en la muestra de 81 pasantes, la subdimensión “afectiva” arrojó el valor de una desviación típica de 0.84035, la subdimensión “continua” se ubicó con una desviación típica en 1.06846, y la subdimensión “normativa” con una desviación típica de 0.93912. De las tres subdimensiones, la primera, afectiva, resultó levemente por debajo de su índice de confiabilidad (0.86), mientras que la segunda, Continua, se ubicó en por encima (0,64), y la tercera (Normativa) también por encima (0,62).

El índice de confiabilidad del instrumento en cada una de sus dimensiones (Afectivo 0.666; Continuo 0.869; Normativo 0.805) es alto lo que quiere decir que si hay consistencia interna entre los ítems ya que se encuentra muy cerca de su valor máximo.

Tabla #25: Escala de Medición de la variable Compromiso Organizacional

1(1 – 1,99)	2(2 – 2,99)	3(3 – 3,99)	4(4 - 4,99)	5(5 – 5,99)
Pobremente Comprometido	**Ligeramente Comprometido**	**Moderadamente Comprometido**	**Comprometido**	**Muy Comprometido**

Tabla #26: Media de la variable Compromiso y sus dimensiones relacionadas con cada variable sociodemográfica

					Dimensiones			
Variable Sociodemográfica	Dimensiones	N	CO	Medida	Afectiva	Continua	Normativa	Medida de la dim. más alta
Sexo	Femenino	59	2.72	Ligeramente Comprometido	2.62	2.66	2.87	Ligeramente Comprometido
	Masculino	22	2.87	Ligeramente Comprometido	2.81	2.73	3.08	Moderadamente Comprometido
Edad	19	2	2.28	Ligeramente Comprometido	2.00	1.92	2.92	Ligeramente Comprometido
	20	10	2.91	Ligeramente Comprometido	3.02	2.73	2.97	Moderadamente Comprometido
	21	20	2.70	Ligeramente Comprometido	2.58	2.65	2.88	Ligeramente Comprometido
	22	20	2.92	Ligeramente Comprometido	2.84	2.83	3.09	Moderadamente Comprometido
	23	19	2.68	Ligeramente Comprometido	2.68	2.58	2.78	Ligeramente Comprometido
	24	3	2.13	Ligeramente Comprometido	2.22	1.83	2.33	Ligeramente Comprometido
	25	6	2.84	Ligeramente Comprometido	2.33	3.00	3.19	Moderadamente Comprometido
	26	1			afec, cont, norm son	constantes para la	edad= 26. Este	valor ha sido omitido
Semestre o año que cursa	3er Semestre	0						
	4to Semestre	2	1.67	Pobremente Comprometido	1.83	1.25	1.92	Pobremente Comprometido
	5to Semestre	5	2.61	Ligeramente Comprometido	2.33	2.97	2.53	Ligeramente Comprometido
	6to Semestre	15	3.13	Moderadamente Comprometido	2.99	3.10	3.31	Moderadamente Comprometido
	7mo Semestre	4	2.78	Ligeramente Comprometido	2.42	2.79	3.13	Moderadamente Comprometido
	8vo Semestre	8	2.81	Ligeramente Comprometido	2.73	2.73	2.96	Ligeramente Comprometido
	4to año	12	2.68	Ligeramente Comprometido	2.79	2.47	2.76	Ligeramente Comprometido
	5to año	35	2.70	Ligeramente Comprometido	2.61	2.58	2.90	Ligeramente Comprometido
Duración de la pasantias	Menos de 6 meses	31	2.70	Ligeramente Comprometido	2.51	2.62	2.97	Ligeramente Comprometido
	6 meses o más	27	2.63	Ligeramente Comprometido	2.65	2.62	2.60	Ligeramente Comprometido
	1 año o más	20	2.92	Ligeramente Comprometido	2.93	2.69	3.14	Moderadamente Comprometido
	2 años o más	3	3.48	Moderadamente Comprometido	2.89	3.61	3.94	Moderadamente Comprometido
Pasantias supervisada por	Directamente con la emp.	65	2.86	Ligeramente Comprometido	2.72	2.86	3.01	Moderadamente Comprometido
	FUNDEI	16	2.33	Ligeramente Comprometido	2.48	1.94	2.58	Ligeramente Comprometido

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Basándonos en la escala de medición, podemos traducir el significado de los valores numéricos arrojados por la herramienta SPSS en su versión número 24 (tabla #28), para entender el nivel de compromiso organizacional que tienen los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales con relación a las diversas variables sociodemográficas. Según los resultados podemos interpretar lo siguiente:

- Por inspección visual se concluye en cuanto al compromiso organizacional según la variable "sexo", discriminado por femenino podemos concluir que posee un valor de media de 2,72 y por masculino de media de 2,87, dando así una diferencia de 0,10 puntos a través de las medias; lo cual significa que ambos ítems se encuentran en el rango de "ligeramente comprometidos". Esto se puede interpretar que, aunque los puntajes sean parecidos los hombres presentan un mayor compromiso organizacional. En cuanto a las dimensiones de la variable los valores más altos se encuentran en la dimensión normativa, y se localiza una diferencia significativa que ubica a las mujeres en el rango "ligeramente comprometido" con una media de 2,87 y a los hombres en el "moderadamente comprometido" con una media de 3,08.

- Por inspección visual se concluye en cuanto a la variable "edad", podemos concluir que los ítems 19 años con una media de 2.28, 20 años con una media de 2.91, 21 años con una media de 2.70, 22 años con una media de 2.92, 23 años con una media de 2.68, 24 años con una media de 2.13 y 25 años con una media de 2.84; se encuentran en el rango "ligeramente comprometido" con una diferencia entre las medias de 0,36 puntos. Aun así, la media más alta la posee los estudiantes con 22 años con 2,92 puntos. Con respecto a las dimensiones, la mayoría se ubica en la dimensión "normativa", exceptuando el ítem de 20 años, el cual se encuentran en la dimensión afectiva con una media de 3,02. Los rangos más representativos según las dimensiones se sitúan entre "moderadamente comprometido" y "ligeramente comprometido".

- Por inspección visual se concluye en cuanto a la variable "semestre o año que cursa" que se observa a los pasantes de 6to semestre con el valor de media más alto con 3,13 puntos, que se traduce en "moderadamente comprometido", mientras los demás ítems (5to semestre con una media de 2.61, 7mo semestre con una media de 2.78, 8vo

semestre con una media de 2.81, 4to año con una media de 2.68 y 5to año con una media de 2.70) se encuentran en el rango “ligeramente comprometido” exceptuando a los pasantes de 4to semestre que se encuentran en el rango “pobremente comprometido” con una media de 1,67. Nuevamente la mayoría de los datos se encuentran en la dimensión normativa (4to semestre con una media de 1.92, 6to semestre con una media de 3.31, 7mo semestre con una media de 3.13, 8vo semestre con una media de 2.96 y 5to año con una media de 2.90) exceptuando a los pasantes de 5to semestre que se ubican en la dimensión continua con una media de 2,97 , y a los de 4to año que se ubican en la dimensión afectiva con una media de 2,79.

- Por inspección visual se concluye que para la variable “duración de las pasantías” los pasantes con 2 años o más en la empresa demuestran estar “moderadamente comprometidos” con una media de 3,48 puntos; a diferencia del resto (menos de seis meses con una media de 2.70, seis meses o más con una media de 2.63 y un año o más con una media de 2.92) que se ubica en el rango “ligeramente comprometido”. En cuanto a las dimensiones de la variable, solamente los pasantes con 6 meses o más, se ubicaron en la dimensión afectiva con una media de 2,65; mientras que el resto se ubicó en la normativa con menos de seis meses con una media de 2.97, un año o más con una media de 3.14 y dos años o más con una media de 3.94. En esta variable también se observa que, a efectos de las dimensiones, los pasantes con menos tiempo en la empresa se encuentran en el rango “ligeramente comprometido” mientras que los que poseen de un año en adelante están moderadamente comprometidos.

- Por inspección visual se concluye que en cuanto a la realización de las pasantías directamente con la empresa o a través de FUNDEI, no se observa diferencia entre las medias en el nivel de compromiso organizacional que presentan los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales, dado que ambos ítems se encuentran en el rango “ligeramente comprometido” FUNDEI con una media de 2,33 y directamente con la empresa con una media de 2,86. En cuanto a las dimensiones, ambos ítems tienen su valor más alto en la dimensión normativa, pero “directamente con la empresa” con una media de 3,01 se ubica en el rango moderadamente

comprometido y “FUNDEI” con una media de 2,58 se ubica en el rango ligeramente comprometido.

- En líneas generales se observa que la dimensión normativa es la que demuestra mayor representatividad en los cálculos obtenidos a través de la herramienta SPSS en su versión número 24. Y también se puede observar que la mayoría de los pasantes se encuentran dentro del rango “ligeramente comprometido”.

4. Correlaciones estadísticas entre las variables:

Tabla #27: Correlación estadística entre las variables Motivación y Compromiso Organizacional y sus dimensiones

N = 81

		Compromiso	**Afectivo**	**Continuo**	**Normativo**
Motivación	**Pearson**	0.756	0.675	0.607	0.742
	Sig	0.00	0.00	0.00	0.00
	Covarianza	0.536	0.476	0.545	0.585
Logro	**Pearson**	0.7	0.676	0.555	0.649
	Sig	0.00	0.00	0.00	0.00
	Covarianza	0.49	0.471	0.492	0.506
Afiliación	**Pearson**	0.645	0.53	0.543	0.691
	Sig	0.00	0.00	0.00	0.00
	Covarianza	0.546	0.447	0.602	0.651
Poder	**Pearson**	0.652	0.586	0.543	0.615
	Sig	0.00	0.00	0.00	0.00
	Covarianza	0.571	0.511	0.602	0.599

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Los resultados obtenidos entre la variable Motivación y la variable Compromiso Organizacional en la tabla #29 permiten evidenciar la existencia de correlación positiva media alta (r = 0.756) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la

investigación, 2010). Eso indica que, a mayor Motivación, mayor Compromiso Organizacional.

Entre la dimensión logro de la Motivación y las dimensiones del Compromiso Organizacional (afectivo, continuo y normativo) se evidencia una correlación positiva media alta según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). La mayor correlación la posee la dimensión logro con la dimensión afectiva con un índice de ($r = 0.676$) interpretándose como una correlación positiva medio alta. Eso indica que, a mayor motivación al logro mayor compromiso afectivo.

Entre la dimensión afiliación de la Motivación y las dimensiones del Compromiso Organizacional (afectivo, continuo y normativo) se evidencia una correlación positiva media alta según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). La mayor correlación la posee la dimensión afiliación con la dimensión normativa con un índice de ($r = 0.691$) interpretándose como una correlación positiva medio alta. Eso indica que, a mayor motivación a la afiliación, mayor compromiso normativo.

Entre la dimensión poder de la Motivación y las dimensiones del Compromiso Organizacional (afectivo, continuo y normativo) se evidencia una correlación positiva medio alta según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). La mayor correlación la posee la dimensión poder con la dimensión normativa con un índice de ($r = 0.615$) interpretándose como una correlación positiva medio alta. Eso indica que, a mayor motivación al poder, mayor compromiso normativo.

Tabla #28: Correlación estadística entre las variables sociodemográficas y la variable Motivación y sus dimensiones

N = 81

		Sexo	Edad	Semestre o año que cursa	Duración de pasantías en la empresa (meses)	Pasantías tuteladas por
Motivación	**Pearson**	-0.017	0.034	0.02	0.085	-0.296**
	Sig	0.881	0.761	0.856	0.451	0.007
	Covarianza	-0.006	0.043	0.032	0.063	-0.100
Logro	**Pearson**	-0.065	-0.002	0.068	0.102	-0.269**
	Sig	0.564	0.982	0.544	0.366	0.015
	Covarianza	-0.24	-0.003	0.107	0.075	-0.089
Afiliación	**Pearson**	-0.056	0.106	-0.021	0.051	-0.253**
	Sig	0.621	0.348	0.853	0.652	0.023
	Covarianza	-0.025	0.158	-0.040	0.045	-0.102
Poder	**Pearson**	0.065	-0.017	0.015	0.076	-0.260**
	Sig	0.564	0.883	0.893	0.502	0.019
	Covarianza	0.030	-0.026	0.030	0.070	-0.108

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Los resultados obtenidos entre la variable Motivación y las variables demográficas de la tabla #30 permiten evidenciar la existencia de correlación negativa débil (r = -0.296) según

la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ entre “pasantías tuteladas por” y la variable en estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión logro y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.269$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión afiliación y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.253$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión poder y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.260$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Los resultados obtenidos de la correlación entre las variables demográficas (sexo, edad, semestre o año que cursa y duración de pasantías en la empresa) y la variable Motivación no evidencian correlación ya que sus niveles de significación son mayores a 0.005.

Tabla #29: Correlación estadística entre las variables sociodemográficas y la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones

N= 81

		Sexo	Edad	Semestre o año que cursa	Duración de pasantías en la empresa (meses)	Pasantías tuteladas por
Compromiso	**Pearson**	0.082	-0.019	-0.45	0.158	-0.252**
	Sig	0.466	0.866	0.692	0.158	0.023
	Covarianza	0.031	-0.024	-0.071	0.118	-0.085
Afectivo	**Pearson**	0.099	-0.101	0.005	0.197	-0.116**
	Sig	0.378	0.369	0.965	0.078	0.301
	Covarianza	0.037	-0.127	0.008	0.146	-0.039
Continuo	**Pearson**	0.030	0.043	-0.096	0.100	-0.345**
	Sig	0.790	0.703	0.393	0.376	0.002
	Covarianza	0.014	0.069	-0.194	0.094	-0.147
Normativo	**Pearson**	0.098	-0.010	-0.015	0.137	-0.182**
	Sig	0.384	0.931	0.893	0.222	0.104
	Covarianza	0.041	-0.014	-0.027	0.114	-0.069

Fuente: Elaboración propia en SPSS, 2017.

Los resultados obtenidos entre la variable Compromiso Organizacional y las variables demográficas de la tabla # permiten evidenciar la existencia de correlación negativa débil (r =

-0.252) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ entre “pasantías tuteladas por” y la variable en estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión afectiva y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.116$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión continua y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.345$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Entre la dimensión normativa y “pasantías tuteladas por” se evidencia una correlación negativa débil ($r = -0.182$) según la correlación de Pearson con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significación de $p<0.05$ (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2010). Eso indica que la relación existente es inversa, mientras una variable va en aumento la otra va disminuyendo.

Los resultados obtenidos de la correlación entre las variables demográficas (sexo, edad, semestre o año que cursa y duración de pasantías en la empresa) y la variable Compromiso Organizacional no evidencian correlación ya que sus niveles de significación son mayores a 0.005.

CAPITULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En esta investigación, se partió de la hipótesis que existe una correlación positiva y directa entre la Motivación y el Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB. Los resultados mostraron que, si existe una correlación positiva entre las variables, lo que indica, que mientras aumenta la Motivación el Compromiso Organizacional aumenta en los pasantes universitarios. Los resultados en el presente estudio apoyan la hipótesis alterna planteada, debido a que se encontró relación entre dichas variables y sus dimensiones, lo que a su vez se traduce en el cumplimiento del objetivo general planteado para esta investigación.

En cuanto a las características de la muestra, el 72,8% de los pasantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello fueron mujeres. En la distribución por edad de los estudiantes, el promedio fue entre 21 años a 23 años con un porcentaje acumulado 72,9%. En la distribución por semestre o año que cursan los pasantes, los mayores porcentajes los obtuvo 5to año con un 43,2% y 6to semestre con un 18,5% de los estudiantes. Según la duración o tiempo de pasantías, predominaron estudiantes con de 6 meses de duración en pasantías representando a un 38.3% de la población y un 80.2% de los pasantes aseguró que sus pasantías son tuteladas por la empresa directamente.

Según las medias de la variable Motivación y sus dimensiones relacionadas con las variables demográficas, se evidenció en la variable demográfica sexo la media más representativa fue de 3.70 puntos, que se encuentra discriminado por el femenino y la dimensión de afiliación posee los mayores valores de media, esto quiere decir que los estudiantes tienden a tener una motivación hacia la afiliación. En la variable demográfica edad la media más representativa con 3.87 puntos se encuentra en los estudiantes de 25 años y la dimensión con mayores valores de media es la de afiliación. En la variable semestre o año que cursa la media más representativa la poseen los estudiantes de 6to semestre con 4.13 puntos y la dimensión de afiliación posee los mayores valores de media. En la variable duración de las

pasantías la media más representativa con 4.19 puntos se encuentra entre los 2 años o más de duración y la dimensión con mayores valores de media es la de afiliación, es decir están más motivados los pasantes que llevan 2 años o más en pasantías. Por último, los estudiantes con mayor motivación son los que sus pasantías están directamente supervisadas por la empresa y estos poseen una media mayor en la dimensión afiliación.

Se observa, además, una diferencia respecto a los resultados de la investigación de McClelland realizada en Venezuela en 1974, que mostraron como tendencia constante que la motivación al poder ocupaba el primer lugar, la motivación a la afiliación el segundo, y por último la motivación al logro el tercero (Suniaga, 2002). En la presente investigación la tendencia es otra, la motivación al Poder bajó de primer a tercer lugar, mientras que la motivación a la Afiliación pasó del segundo al primer puesto, y la motivación al Logro dejó el tercer lugar para posicionarse en el segundo escalafón. Por su parte, Romero García (1992; 1999), en sus mediciones señala que las ecuaciones en sus resultados son A P L (Afiliación, Poder y Logro).

Según las medias de la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones relacionadas con las variables demográficas podemos resaltar que en la variable demográfica sexo la media más representativa con 2.87 puntos se encuentra discriminado por el masculino y la dimensión normativa posee los mayores valores de media. En la variable demográfica edad la media más representativa con 2.92 puntos se encuentra en los estudiantes de 22 años y la dimensión con mayores valores de media es la normativa. En la variable semestre o año que cursa la media más representativa la poseen los estudiantes de 6to semestre con 3.13 puntos y la dimensión de normativa posee los mayores valores de media. En la variable duración de las pasantías la media más representativa con 3.48 puntos se encuentra entre los 2 años o más de duración y la dimensión con mayores valores de media es la normativa. Por último, en la variable pasantías supervisadas por, la media más representativa la poseen los que sus pasantías las supervisaron directamente con la empresa con 2.86 puntos y la dimensión con mayor valor de media es la normativa.

En cuanto a la Variable Compromiso Organizacional, de acuerdo a los resultados obtenidos durante la presente investigación, se concluye que los pasantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la UCAB están orientados a satisfacer, por una parte, sus necesidades de

sentido de obligación, entendida ésta como el proceso en el que el trabajador por condicionantes, recompensas, etc. se siente en el deber de cumplir con la empresa y tendría sentimientos de culpabilidad al dejarla (Contreras & Lujano, 1999), y por la otra, orientados a satisfacer sus necesidades de Lealtad, que se refiere a la posición incondicional del trabajador hacia su empresa. Engloba adhesión, apoyo de las posturas y procesos organizacionales (Gordon, 1980).

Los resultados obtenidos de los análisis de correlación entre la variable Motivación y la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones respectivas evidencia que existe correlación positiva media y positiva media alta según Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación (2010). Eso indica que, entre más Motivación tengan los pasantes, mayor es su Compromiso Organizacional.

Las correlaciones más relevantes entre las variables y sus dimensiones son la correlación entre la variable Motivación y Compromiso Organizacional (r = 0.756); la correlación entre la dimensión logro de motivación y afectivo de compromiso organizacional con (r = 0.676); la correlación entre la dimensión afiliación de motivación y normativo de compromiso organizacional con (r = 0.691); la correlación con la dimensión poder de motivación y normativo de compromiso organizacional con (r = 0.615) y la correlación con la dimensión continuo de compromiso organizacional y logro de motivación con (r = 0.555). Indicando, que existe una relación directa y positiva entre la motivación de los pasantes y su compromiso organizacional, es decir, mientras más motivados estén mayor será su compromiso con la empresa. En esta investigación se evidencia que mientras los pasantes posean una mayor motivación afiliativa, mayor será su compromiso normativo.

Por último, se correlacionaron cada variable con las variables demográficas y se obtuvo que con la variable Motivación y sus dimensiones solo existe correlación negativa débil (r = -0.296) entre “pasantías tuteladas por” y la variable motivación. Eso indica que la relación existente es inversa, es decir, que el tipo de supervisión que tenga el estudiante sobre las pasantías (ya sea directamente por la empresa o por FUNDEI) influye en la motivación de este.

La correlación que se obtuvo entre la variable Compromiso Organizacional y sus dimensiones con las variables demográficas solo existe correlación negativa débil (r = -0.252) entre “pasantías tuteladas por” y la variable en estudio. Eso indica que la relación existente es inversa, es decir, que el tipo de supervisión que tenga el estudiante sobre las pasantías (ya sea directamente por la empresa o por FUNDEI) influye en el compromiso organizacional de este.

En cuanto a las variables sociodemográficas, un comentario aparte merece la variable “pasantías tuteladas por”, donde los resultados arrojados dieron el mayor porcentaje (80.2%) a pasantías tuteladas directamente con la empresa, frente a un 19.8% de pasantías tuteladas por la Fundación Educación Industria FUNDEI, organismo que reúne a empresas participantes del programa de pasantías, el cual se mantiene en pie pero ha sido avasallado por la cantidad de estudiantes que demandan servicios y no tienen ni los recursos ni capacidades para afrontar esa demanda. Tomando en consideración que esta institución es una “red de apoyo social que se desempeña como bisagra de articulación entre el sector educacional y el sector empleador venezolano, con proyectos multidisciplinarios en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, la Preparación para el Trabajo, la Capacitación Profesional, la Gestión Ambiental Rentable y el Desarrollo Sustentable en sus más amplias expresiones” (Venezuela Site, 2010), en los pasantes de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, se evidencia diferencia entre las pasantías supervisadas por la empresa directamente de 60,4 puntos respecto a las pasantías supervisadas por FUNDEI, por lo cual la información arrojada por el presente trabajo de investigación puede contribuir para que las organizaciones revisen, modifiquen, flexibilicen, optimicen y actualicen sus políticas de contratación de pasantes no sólo en función de la cambiante dinámica socio-económica del país, sino para la promoción de la persona humana basada en principios y valores éticos de alta excelencia profesional.

Finalmente, se evidencia que existe correlación positiva y directa entre la Motivación y el Compromiso Organizacional de los pasantes universitarios de la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

CAPITULO VI

RECOMENDACIONES

Siempre se desea que haya una mejora continua del estudio, por lo que las recomendaciones a futuro son:

Para la Empresa:

- Aplicar estudios similares, tomando como población a los pasantes directamente en las empresas, y con un mayor número de unidades muéstrales.
- Realizar este estudio en la totalidad de los departamentos de las empresas, estudiando a los pasantes de todas las áreas.
- Tomar en cuenta los resultados obtenidos de este estudio, donde se demuestra la relación entre Motivación y Compromiso Organizacional, para así analizar su programa de pasantías.

Para la Escuela:

- La información generada implica un aporte instrumental para los responsables del programa de pasantías de la Escuela de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Andrés Bellos, por lo que podrían hacer uso de esta información para realizar mejoras o modificaciones.
- Estudiar los perfiles de Motivación y Compromiso Organizacional en otras Escuelas de la Universidad Católica Andrés Bello para poder hacer una comparación con los resultados obtenidos en la Escuela de Ciencias Sociales.
- Estudiar los perfiles de Motivación y Compromiso Organizacional en otras instituciones educativas para poder compararlos con los resultados obtenidos en esta investigación.

- Estudiar a profundidad la influencia que tiene la supervisión de las pasantías en estudios futuros.

- Plantear fortalecer una alianza con FUNDEI y remitir la información de este estudio para así ayudar en el cumplimiento de los objetivos de esta fundación.

Para los Estudiantes:

- Comunicar al encargado del programa de pasantías tanto en la escuela como en la empresa lo negativo y lo positivo de las prácticas realizadas, esto con el fin de que la información sea beneficiosa para ambas instituciones.

- Realizar estudios futuros que profundicen en el tema, con el fin de que la información obtenida sea de ayuda para las empresas y la escuela de Ciencias Sociales de la UCAB.

- Aplicar otros métodos para la recolección de información como entrevistas, grupos focales con el fin de profundizar sobre el tema y ampliar la variedad de información.

- Realizar pruebas pilotos con muestras más grandes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ortiz Riaga, M. C., Morales Rubiano, M. E., & Riaño Triviño, A. (2014). Pasantías estudiantiles como estrategia de vinculación universidad entorno en la Universidad Militar Nueva Granada. *Educación y Desarrollo Social*, 128-145.

Ali, L., & Quintero, V. (1996). Estilo de Liderazgo de Acuerdo a la Teoría de Liderazgo Transformacional de B. Bassy su Relación con la Motivación según la Teoría de Necesidades de C. Alderfer. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Allen, N., & Meyer, J. (1997). *Commitment in the workplace.* London: Sage publications.

Balmer, J. M., & Greyser, S. A. (2003). *Revelando la Corporación.* London: Routledge.

Belausteguigoitia, R. (2000). La influencia del clima organizacional en el compromiso hacia la organización y el esfuerzo en miembros de empresas familiares mexicanas. *Tesis de doctorado.* México: Universidad Nacional Autónoma Metropolitana.

Benavides, F., Gimeno, D., Benach, J., Martínez, J., Jarque, S., Berra, A., & Devesa, J. (2002). Descripción de los factores de riesgo psicosocial en cuatro empresas. (E. Doyma, Ed.) *Gaceta sanitaria, 16*(3), 222-229. Recuperado el 2016, de http://scielo.isciii.es/pdf/gs/v16n3/v16n3a02.pdf

Castillo, M., & Fernández, E. (1980). Motivación al logro, poder y afiliación en cuentos escritos por escolares del área metropolitana de Caracas. *Tesis de Grado de la Escuela de Psicología.* Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Cervantes, R. (2001). Análisis del recurso humano y su compromiso organizacional en la Empacadora Santa Engracia S.A. *Tesis de Doctorado.* Victoria: Universidad de Tamaulipas.

Chacón, M., & Sayago, Z. (2006). Las prácticas profesionales en la formación docente: Hacia un nuevo diario de ruta. *Revista Venezolana de Educación*(32), 55-66.

Chávez, V., & Ramírez, A. (2004). Relación entre los tipos de motivación social y el clima organizacional. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Chen, C.-Y. (s.f.). *Universidad Catolica Andrés Bello.* Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/escuela_ciencias_sociales/recursos/Pasantias/Norma%20sobre%20las%20pasantias.pdf

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* (Novena ed.). México: Mc Graw Hill.

Cofer, C., & Appley, M. (1982). *Psicología de la motivación: Teoría e Investigación.* México: TRILLAS.

Colquitt, J., LePine, J., & Wesson, M. (2014). *Comportamiento Organizacional: Mejorar el rendimiento y el compromiso en el trabajo.* Mc Graw Hill Education.

Contreras, L., & Lujano, C. (1999). El Compromiso Organizacional en trabajadores accionistas. *Tesis inédita de Licenciatura de Relaciones Industriales.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Cook, J., & Wall, T. (1980). Medición de actitudes de confianza, compromiso organizacional y descontento de necesidades personales de Nueva York. *Journal of Occupational Psychology, 53*, 39-52.

Córdoba, C. (2005). Compromiso Organizacional en Empleados Contratados por Empresas de Empleo Temporal. *Tesis de grado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

D'Anello Koch, S., & Salom de Bustamante, C. (1988). *Perfil Motivacional de Educación Básica.* Mérida: Universidad de los Andes, Centro de Investigación Psicológica.

Davis, K., & Werther, W. (1995). *Recursos Humanos y Manejo de Personal* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill Education.

Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. (2015). Guía para Pasantes Universitarios. Buenos Aires, Argentina.

Dubois, B. (1997). *Marketing management.* Pearson Education France.

Durrego, A., & Echeverria, N. (Octubre de 1999). Tesis. Relación entre Compromiso Organizacional y Satisfacción Laboral. Caracas, Venezuela.

Espinoza, M., Fernandes, & Sergio. (2003). Acto Inseguro y Motivación (Teoría de David McClelland). *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Espinoza, S., & García, Y. (2015). Influencia del clima organizacional u la motivación sobre el desempeño laboral en una empresa de atención al cliente. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Flores, J. (1997). Confianza en el factor humano, estrategia para enfrentar la nueva década. *Adminístrate Hoy*(37), 7-8.

Fontana, A., & Rabela, C. (2009). Motivación Victor Vroom: Aprendices INCES en formación teórica, Programa D.A.E (Área Metropolitana 2009). *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Frías, P. (2014). Compromiso y satisfacción laboral como factores de permanencia de la generación Y. *Tesis de magíster en gestión de personas y dinámica organizacional.* Santiago: Posgrado Economía y Negocios Universidad de Chile.

FUNDASE. (1974). *Informe sobre el perfil motivacional observado en Venezuela en los años de 1930, 1950, 1970.* Caracas: Fundación Venezolana para el desarrollo.

Gama, H., Recio, R., & Sánchez, D. (2009). El compromiso y clima organizacional en la empresa familar de Rioverde y del Refugio Ciudad Fernández. *Adminsitración & Desarrollo*, 97 - 104.

Gayoso, L., & Graterol, R. (s.f.). Relación entre las condiciones propuestas por McClelland y el desempeño de individuos con motivación al logro dominante. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Gibson, J., Ivancevich, J., & Donnelly, J. (1992). *Organizaciones, Conducta, Estructura y Procesos.* México: McGraw-Hill.

Glisson, C., & Durick, M. (1988). Predictors of job satisfaction and organizational commitment in human service organizations. *Administrative Science Quarterly*(33), 61-81.

Gómez, D., Recio, R., & López, H. (2010). El compromiso y clima organizacional en la empresa familiar Rioverde y del Refugio Ciudad Fernández. *Administración & Desarrollo*, 97-104.

Gordon, M. (1980). Commitment to the union: development of a measure and a. *Journal of Applied Psychology Mongraph, 65*(4), 485-487.

Grajales, T. (2000). *Manual de la Escala Grado de Compromiso de los Empleados en Instituciones Universitarias ASD.*

Greenberg, J., & Baron, R. (1995). *Behavior in organizations.* USA: Prentice Hall.

Guerra, I. (2002). Clima organizacional como predictor del compromiso con la organización. *Tesis de post-grado en Desarrollo Organizacional.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Hernández Bizot, J. E. (2014). *Actualidad Laboral.* Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de http://www.actualidadlaboral.com.ve/seccion/detalles/algunas-consideraciones-laborales-sobre-las-pasantias

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1998). *Metodología de la Investigación.* Mexico: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Mexico: McGraw Hill.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1993). *The Motivation to Work* (Primera ed.). New York: John Wiley & Sons, 1953.

Kerlinger, F. (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento.* Mexico: Nueva Editorial Interamericana.

Kiesler, C. (1971). *Social Psychology. A series of Monographs, tratises and texts.* USA: Academic Pres.

León, E. (23 de Diciembre de 2013). Crisis económica venezolana. *El Universal*.

Lundin, S., Paul, H., & Christensen, J. (2001). *Fish! la eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivacion.* Barcelona: Círculo de Lectores.

Mantrana, M. S. (2005). El aprendizaje en contextos laborales reales: el caso de las pasantías de los estudiantes universitarios. *Educere: Revista Venezolana de Educación*, 345-357.

Marín, M. (2003). Relación entre el clima y el compromiso organizacional en una empresa del sector petroquímico. *Tesis de licenciatura en Relaciones Industriales.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

Matos, M., & Moreno, S. (2004). Compromiso Organizacioal de trabajadores de empresas de trabajo temporal con la empresa usuaria. *Tesis inédita de Licenciatura de Relaciones Industriales.* Caracas.

McClelland, D. (1974). *Informe sobre el perfil motivacional observado en Venezuela en los años de 1930, 1950, 1970.* Caracas: Fundación Venezolana para el desarrollo.

McClelland, D. (1989). *Estudio de la Motivación Humana.* Madrid: Ediciones Narcea.

Ministerio del Poder Popular para la Salud. (2009). *Anuario Estadístico*. Recuperado el 2016, de file:///C:/Users/Ileana/Downloads/Anuario_Estadis_MPPS_Vzla_DatosRedesServiciosyProgra_Salud_4_4.pdf

Mondy, W. D. (2013). *Human Resource Management, 13/E*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Morales, M., Ortiz, M., & Riaño, A. (Julio - Diciembre de 2014). Pasantías Estudiantiles como estrategia de vinculación universidad-entorno en la Universidad Militar Nueva Granada. *Revista Educación y Desarrollo Social, 8*(2), 128-145.

Morris, C., & Maisto, A. (1998). *Introducción a la Psicología* (Primera ed.). México: Editorial Pearson Education.

Morrow, P. (1993). *The Theory and Measurement of Work Commitment.* Greenwich: JAI Press.

Mowday, R., Porter, L., & Steers, R. (1982). *Employee - organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover.* Academic Press.

Nouel, H., & Rodríguez, M. (2002). Perfil Motivacional de trabajadores del Sector Público, según la Teoría de David McClelland. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Pérez, & Silva. (2000). Perfil Motivacional de los Profesionales Militares de la Armada de Venezuela, según la teoría de McClelland. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Pérez, C. (1999). Relación entre la motivación laboral y el compromiso del individuo con la organización. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Piña, P., & Hernández, R. (2006). Perfil motivacional de alumnos de la Escuela de Ciencias Sociales según McClelland. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Ramos, C. (1994). Motivación al Logro: variable asociada al Rendimiento Laboral. *Tesis de Megister en Desarrollo Organizacional.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Raureif design consultancy. (2015). *OECD.* Obtenido de http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/topics/work-life-balance-es/

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado el 17 de Febrero de 2016, de http://www.dle.rae.es

Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional* (Septima ed., Vol. 10). México: Pearson.

Rodas, A. (2013). Las prácticas de liderazgo sobre el clima organizacional y de este sobre la motivación en un grupo de empleados. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Rodríguez, M. (2000). *Comunicación y Superación Personal* (Segunda ed.). México: Editorial Manual Moderno.

Romero García, O., & Salom de Bustamante, C. (1992). *Los estudiantes exitosos ¿Cómo son ellos?* Mérida: Ediciones Rogya.

Romero, O. (1991). *Motivación para el Trabajo* (Cuarta ed.). Mérida: Ediciones Rogya.

Romero García, O. (1999). Crecimiento Psicológico y Motivaciones Sociales (Tercera Edición). Mérida: Ediciones Rogya.

Ryle, G. (1968). *La Psicología de la Motivación.* Buenos Aires: Paidos.

Sabino, C. (2000). *El proceso de investigación.* Buenos Aires: Panamericana.

Salom de Bustamante, C., & Pinto de Donquis, N. (1987). *Motivaciones sociales en estudiantes universitarios.* Mérida: Universidad de los Andes, Centro de Investigación Psicológicas.

Salom de Bustamante, C., Morales de Romero García, M., & Romero García, O. (1984). *Análisis motivacional de la revista UYAPAR.* Mérida: Universidad de los Andes, Centro de Investigación Psicológicas.

Sanchéz de Mantrana, M. (2005). El aprendizaje en contextos laborales reales: el caso de las pasantías de los estudiantes universitarios. *Educere: Revista Venezolana de Educación*, 345-357.

Sánchez, G. (2000). Relación entre el compromiso organizacional y la resistencia al cambio. Caracas.

Sayago, Z. B., & Chacón, M. A. (2006). Las prácticas profesionales en la formación docente: hacia un nuevo diario de ruta. *Educere*, 55-66.

Schein, E. (1994). *Psicología de la organización.* México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

Schön, D. (1992). *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones.* Madrid: Paidós.

Steers, R. (1997). Antecedentes de resultados del compromiso organizacional. *Administrative Science Quarterly*, 46-56.

Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración* (Sexta ed.). USA: Pearson Prentice Hall.

Stringer, R. (2001). *Leadership and Organizational Climate.* New Jersey: Prentice-Hall.

Suniaga, G. (2002). Perfil Motivacional del personal de las cadenas de restaurantes de comida rápida, según la Teoría de David McClelland. *Tesis de Pregrado.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Universidad Católica Andrés Bello. (10 de Enero de 2007). Normas de Pasantías de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.

Universidad Católica Andrés Bello. (2017). *Escuela de Ciencias Sociales*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de http://w2.ucab.edu.ve/menciones.html

Universidad Católica Andrés Bello. (2017). *Visión, misión y objetivos*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de http://w2.ucab.edu.ve/vision-mision-y-objetivos.html

Universidad de Buenos Aires. (s.f.). *Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Sociales*. Obtenido de http://www.sociales.uba.ar/?page_id=9322

Venezuela Site. (14 de Marzo de 2010). *FUNDEI - Fundación Educación Industria*. Obtenido de Venezuelasite.com: https://www.venezuelasite.com/portal/Detalles/5229.html

Vroom, V., & Deci, E. (1982). *Motivación y Alta Dirección* (Primera ed.). México: Editorial Trillas.

Zabalza, M. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario: Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.

Zurita, I. (2005). Motivación, Compromiso Organizacional y Características del Puesto de Trabajo. AIESEC: Venezuela, Perú, Colombia. *Tesis de Pregrado*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

ANEXO A

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estimado (a) Estudiante:

Reciba en primer lugar un cordial saludo, le comunicamos que usted ha sido seleccionado para participar en un importante proyecto de investigación desarrollado en la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas), dentro del área de la Relaciones Industriales.

El presente cuestionario tiene como objetivo estudiar el compromiso organizacional y la motivación en los pasantes universitarios de la Escuela de Ciencias Sociales (que estén realizando pasantías actualmente o que tengan menos de un año de haberlas culminado), como parte del Trabajo de Grado para optar al título de Industriólogo de la Universidad Católica Andrés Bello.

La información que se recabe será anónima y confidencial, utilizada únicamente con fines académicos.

Instrucciones:

- El instrumento está constituido por 3 partes, en cada una de ellas encontrará un conjunto de planteamientos ante los cuales se ofrecen varias categorías de respuesta.

- Deberá seleccionar aquella categoría de respuesta que mejor refleje su opinión respecto a uno de los temas planteados, marcando la casilla correspondiente (solo una)

- Le agradecemos responder en su totalidad y ajustando a su realidad, no deje ningún planteamiento por contestar.

- Cada una de las partes que conforman la encuesta posee una escala de respuesta diferente por lo cual es importante estar atentos al responder cada una de ellas.

De antemano, MUCHAS GRACIAS por su participación en la investigación.

PARTE I. DATOS DEL ENCUESTADO

Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )

Edad (años):

Semestre o año que cursa en la universidad:

- 3er semestre ( )
- 4to semestre ( )
- 5to semestre ( )
- 6to semestre ( )
- 7mo semestre ( )
- 8vo semestre ( )
- 4to año ( )
- 5to año ( )

Tiempo o duración de pasantías (meses):

- Menos de 6 meses ( )
- 6 meses o más ( )
- Un año o más ( )
- 2 años o más ( )

Pasantías tuteladas por:

A. Directamente por la empresa ( )

B. FUNDEI ( )

PARTE II: MOTIVACIÓN. Cada ser humano tiene creencias respecto a su propia conducta y de la conducta de sus semejantes. Sin darnos cuenta estas creencias afectan nuestra selección de amigos y de actividades. Este inventario presenta un conjunto de creencias que circulan libremente entre nosotros. Tratándose de creencias, no hay respuestas correctas o incorrectas. Lo más importante es que sus respuestas reflejen lo que realmente cree.

Usted debe expresar su acuerdo o desacuerdo con cada una de estas creencias con la siguiente escala de seis puntos:

Completamente en Desacuerdo (1)

Moderadamente en Desacuerdo (2)

Ligeramente en desacuerdo (3)

Ligeramente de acuerdo (4)

Moderadamente de acuerdo (5)

Completamente de acuerdo (6)

		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
	INVENTARIO MLP						
1	Siempre quiero alcanzar metas que me exigen trabajar más y más						
2	No me conformo con trabajar, necesito buenos resultados						
3	Para mí es muy excitante trabajar en algo difícil pero alcanzable						
4	Disfruto mucho las tareas que me exigen emplearme a fondo						

5	Tengo tendencia a fijarme metas difíciles pero controlables						
6	Cuando me propongo hacer algo, estoy dispuesto a vencer todos los obstáculos						
7	Preferiría que mi trabajo estuviera lleno de retos						
8	Realmente disfruto de las tareas difíciles que implica obstáculos a vencer						
9	A veces mientras me preparo para hacer las cosas, peor me salen						
10	Cuando tengo dificultades para resolver un problema, desearía no tener que hacerlo						
11	Lo importante es empezar, después se verá cómo se termina el trabajo						
12	Me es difícil seguir un plan de acción para alcanzar las metas que me propongo						
13	De nada vale trabajar demasiado porque de todos modos nadie reconoce el esfuerzo hecho.						
14	Planificar las actividades es una pérdida de tiempo, lo importante es arrancar						
15	Puede que no me guste una tarea, pero una vez que la comienzo no me siento tranquilo hasta terminarla						
16	Cuando un grupo fracasa, lo más importante es identificar las fallas e implementar las correcciones						

17	En un grupo, los mejores resultados se logran cuando cada quien se exige a sí mismo los mejores resultados						
18	Yo creo que casi todas las tareas son interesantes si uno sabe interpretarlas apropiadamente						
19	Hay que conformarse con poco, pues de todas maneras quien mucho abarca poco aprieta						
20	La pobreza en la tierra garantiza la felicidad en el cielo						
21	Si uno ha vivido humildemente, querer enriquecerse solo le traerá problemas						
22	Sobresalir por encima de los demás es básicamente malo						
23	Yo estoy conforme con mi situación actual porque vivo cómodamente						
24	Yo prefiero la tranquilidad de la pobreza a la angustia de la riqueza						
INVENTARIO MAFI							
1	Cada vez que puedo busco la oportunidad de reunirme con mis amigos						
2	En ocasiones la preocupación por mis amigos me dificulta concentrarme en lo que estoy haciendo						
3	Evito enfrascarme en discusiones que puedan molestar a mis amigos						

4	La cualidad que más me impacta de alguien es su amabilidad						
5	Me duele cuando un amigo se muestra distante conmigo						
6	Me preocupa cuando no le caigo bien a los demás						
7	Planifico actividades en las cuales pueda reunirme con personas amistosas						
8	Soy capaz de hacer cualquier sacrificio con tal de mantener una amistad						
9	El trabajo es como la familia: hay que ayudar y proteger a los demás cuando cometen pequeños errores						
10	En el trabajo el éxito depende de la amistad entre los compañeros de equipo						
11	Lo más importante en el trabajo es que haya un clima de ayuda						
12	Para progresar en el trabajo lo más importante es ser querido por todos						
13	A mí me satisfacen los resultados cuando todo el mundo está contento con ellos						
14	Cuando un grupo fracasa, lo más importante es consolarse entre todos; después se tratará de mejorar						
15	Los resultados son importantes, pero es más importante todavía que reine la armonía entre los						

	miembros del grupo						
16	Para lograr buenos resultados lo más importante es que la gente se sienta segura y cómoda.						
INVENTARIO MPS							
1	Ayudar a la gente me hace sentir importante						
2	Disfruto cuando me piden consejos						
3	Tener la oportunidad de mandar me produce regocijo						
4	Disfruto mucho cuando tengo la oportunidad de asignar tareas a otros						
5	Me satisface cuando los demás aceptan que tengo la razón en las discusiones						
6	Un líder está autorizado para usar los aportes de los demás para beneficio propio						
7	Para progresar en el trabajo, lo importante es conseguir la ayuda de gente poderosa						
8	Hay que ser fuerte con los demás para que entiendan bien las cosas						
9	A la gente hay que tratarla duramente para que salga adelante						
10	Cuando uno hace favores gana deudores						
11	Para conseguir cosas importantes a veces el engaño es necesario						

12	En toda organización hay lineamientos que tienen que ser cumplidos sin ningún tipo de cuestionamientos						
13	En toda organización uno tiene que ser fiel a sus jefes						
14	Lo más importante en el trabajo es que haya un clima de disciplina, orden y obediencia						
15	Me siento más confiado cuando cuento con la aprobación de mis superiores						
16	En mis sueños, frecuentemente desempeño papeles privilegiados como líder, campeón o salvador						
17	Pienso que es mejor mandar que ser mandado						
18	Saberme responsable de mi grupo me hace vivir sensaciones especiales de plenitud y realización personal						
19	Sé que tengo condiciones especiales para mandar						
20	Pienso que alguna vez seré una persona de mucha influencia						

PARTE III: COMPROMISO ORGANIZACIONAL. En este instrumento se le solicita valorar su compromiso con la organización.

Por favor indique cuan de acuerdo o desacuerdo está usted con cada frase planteada con la siguiente escala de cinco puntos:

Total Desacuerdo (1)

En Desacuerdo (2)

Indiferente (3)

De Acuerdo (4)

Total De Acuerdo (5)

		1	**2**	**3**	**4**	**5**
1	Una de las principales razones para continuar trabajando en la organización es que dejarla requiere de un considerable sacrificio personal					
2	Aunque resultara ventajoso para mí, yo no siento que sea correcto renunciar a mi organización ahora					
3	Si deseara renunciar a la organización en este momento, muchas cosas de mi vida se verían interrumpidas					
4	Permanecer en mi organización actualmente, es un asunto tanto de necesidad como de deseo					
5	Si renunciara a la organización, pienso que tendría muy pocas alternativas					
6	Sería muy feliz si trabajara el resto de mi vida en esta organización					
7	Me sentiría culpable s renunciara a mi organización en este					

	momento					
8	Esta organización merece mi lealtad					
9	Realmente siento los problemas de mi organización como propios					
10	Yo no siento ninguna obligación de permanecer con mi empleador actual					
11	Yo no renunciaría a mi organización ahora, porque me siento obligado con la gente en ella					
12	Esta organización tiene para mí, un alto grado de significación personal					
13	Le debo muchísimo a mi organización					
14	No me siento como parte de la familia en mi organización					
15	No tengo un fuerte sentimiento de pertenencia hacia mi organización					
16	Una de las pocas consecuencias importantes de renunciar a esta organización, sería la escasez de alternativas					
17	Sería muy difícil para mí en este momento dejar mi organización, incluso si lo deseara					
18	No me siento emocionalmente vinculado con esta organización					

ANEXO B

TABULACIÓN DE LOS ÍTEMS PARA LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Variable	Dimensión	Código
Sexo	Femenino	1
	Masculino	2
Año o semestre que cursa	3er semestre	1
	4to semestre	2
	5to semestre	3
	6to semestre	4
	7mo semestre	5
	8vo semestre	6
	4to año	7
	5to año	8
Tiempo o duración en la empresa	Menos de 6 meses	1
	6 meses o más	2
	Un año o más	3
	2 años o más	4
Pasantías tuteladas por	Directamente por la empresa	1
	Fundei	2

ANEXO C

MATRIZ DE DATOS PARA LAS RESPUESTAS

Sexo	Edad	Semestreoaño quecursa	Duración notiempodepasantíasenlaempresames	Pasantíastutelaadaspor	MLP 1	MLP 2	MLP 3	MLP 4	MLP 5	MLP 6	MLP 7	MLP 8
1	21	5	1	1	2	5	4	4	5	4	5	4
1	23	8	3	1	6	6	6	6	5	5	5	6
1	22	8	3	2	6	5	5	6	5	5	4	5
1	21	7	3	1	6	5	5	5	5	6	5	6
1	22	6	3	1	5	5	4	5	4	4	3	4
2	23	8	3	1	6	5	6	6	5	4	5	6
1	19	8	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	24	8	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3
2	25	8	2	1	6	6	6	6	5	6	5	5
1	23	8	3	2	6	6	6	6	6	6	6	6
1	23	8	2	2	6	6	5	6	5	5	6	5
2	21	4	4	1	6	6	5	4	4	5	4	4
2	23	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
1	21	4	2	1	5	6	4	5	5	5	5	5
1	21	3	1	1	5	5	3	3	5	5	4	3
1	23	4	1	1	6	6	4	6	5	5	4	3
1	23	8	2	1	6	6	6	6	6	6	5	5
1	23	8	3	1	4	6	6	6	5	6	5	5
1	21	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
1	23	2	2	1	5	5	1	1	5	4	3	2
1	26	5	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	23	8	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	21	8	1	1	6	4	3	5	4	6	5	3
1	22	4	1	1	4	3	3	4	2	5	3	4
1	22	8	1	1	6	5	5	5	6	6	5	5
1	20	4	1	1	6	6	6	6	6	6	4	4
2	23	4	1	1	6	5	5	4	5	6	5	6
1	25	8	2	1	4	6	4	5	4	6	5	4
2	21	8	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	23	8	3	1	6	6	6	5	5	5	5	5
2	23	8	3	1	5	6	5	5	6	5	6	6
1	23	8	1	2	4	6	4	4	4	6	5	4
2	22	8	3	2	5	5	6	5	5	5	5	5
1	22	8	2	1	6	6	5	6	5	6	5	5
1	22	3	2	1	5	4	5	5	4	6	5	6
1	20	7	1	2	5	6	5	6	4	6	4	3
2	25	4	3	1	6	5	5	4	5	6	6	6
2	21	7	3	1	4	5	6	6	6	6	6	5
2	21	4	1	1	3	5	5	5	5	5	4	5
1	23	4	2	1	6	5	6	5	6	6	6	4
1	19	4	1	1	5	6	5	4	6	4	4	3

Page 1

1	20	4	1	1	5	6	6	6	4	5	4	4
2	20	4	3	1	6	6	6	6	5	6	5	6
1	21	3	1	1	6	6	6	6	4	6	4	3
2	22	6	2	1	5	6	6	6	4	6	6	6
2	25	5	2	1	5	5	5	5	4	5	4	4
2	22	7	2	1	5	6	6	5	5	5	6	6
1	22	6	1	2	3	4	4	4	4	4	5	4
2	22	6	2	2	5	6	6	6	5	5	5	5
1	23	8	4	1	6	6	6	6	6	6	6	5
1	22	7	2	1	5	4	4	4	4	5	3	3
1	20	5	3	1	4	6	5	4	5	4	5	5
1	24	6	2	1	5	5	5	6	6	6	6	6
1	22	7	1	1	6	5	4	6	4	4	4	4
2	22	6	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
2	24	6	2	2	6	6	6	6	6	6	6	6
1	23	8	4	1	6	5	6	5	5	6	6	6
1	23	8	2	1	6	6	4	4	5	5	4	5
2	21	6	1	1	6	5	6	5	3	3	3	2
1	22	8	2	1	4	4	6	4	4	6	6	6
1	21	8	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	21	8	3	2	5	6	4	4	6	5	4	4
1	23	8	1	1	5	6	5	5	4	6	6	4
1	22	8	2	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	25	8	3	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	22	8	1	2	4	5	4	4	4	6	4	4
2	20	3	1	1	6	6	5	5	5	6	5	6
1	25	8	2	1	6	6	6	6	5	6	6	5
1	20	7	2	2	6	6	6	6	6	6	6	6
1	22	8	2	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	22	8	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5
1	21	7	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	21	8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	22	8	3	1	3	4	3	4	3	4	3	4
1	20	4	2	1	6	6	6	6	6	6	6	6
1	20	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	20	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
2	21	7	3	1	4	3	4	3	4	3	4	3
1	21	7	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5
1	21	7	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
1	21	7	1	1	6	5	4	3	4	5	6	5

Page 2

MLP 9	MLP 10	MLP 11	MLP 12	MLP 13	MLP 14	MLP 15	MLP 16	MLP 17	MLP 18	MLP 19	MLP 20	MLP 21
4	3	3	1	1	1	6	6	6	6	1	1	1
2	4	3	2	1	1	6	5	6	5	3	2	2
3	3	5	3	3	1	4	3	5	5	1	1	1
3	2	3	2	1	1	4	5	6	5	4	1	2
4	3	3	1	1	2	6	5	6	3	3	2	1
1	1	5	3	2	1	1	4	2	5	1	1	3
3	2	5	3	1	2	3	6	6	6	1	1	1
3	2	3	2	1	1	3	5	5	3	1	1	1
1	1	2	1	1	1	5	6	6	6	1	1	1
1	1	5	1	1	1	5	4	5	5	4	2	2
2	2	5	2	3	1	6	6	6	5	3	1	1
6	5	4	3	1	1	5	5	6	6	2	1	2
1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
5	4	5	2	1	1	5	5	5	5	1	1	1
3	2	4	4	1	1	6	6	4	4	1	1	2
3	2	3	4	1	2	4	6	6	6	1	1	1
6	3	4	1	1	1	6	6	4	6	1	1	1
2	2	1	1	2	1	6	6	6	6	2	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	4	1	1	5	6	6	5	5	1	1
2	1	2	1	1	1	6	6	6	6	1	1	1
2	1	2	3	1	3	6	6	6	6	2	3	1
4	4	3	1	1	2	4	6	6	6	2	1	1
2	2	5	2	2	2	3	5	4	3	1	1	1
2	2	1	1	1	2	5	5	6	5	1	1	1
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
4	6	5	4	6	5	6	6	5	4	5	6	5
5	5	4	3	1	3	6	6	5	3	2	1	1
6	3	3	1	1	2	6	6	6	6	1	3	1
4	3	2	1	1	1	6	5	5	4	1	1	1
2	2	3	2	1	1	5	6	6	3	1	1	1
3	4	5	2	1	1	6	5	6	5	1	1	1
1	2	3	1	1	2	4	5	6	6	1	1	1
1	2	1	2	1	1	6	6	6	4	1	1	1
6	5	6	1	1	1	6	6	6	3	1	1	1
2	4	1	1	1	1	6	5	6	5	1	1	1
2	1	4	5	1	1	6	6	1	6	6	1	1
2	1	6	5	3	1	4	6	6	5	3	1	1
5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
1	1	1	1	1	1	6	6	6	2	1	4	1
4	4	3	6	3	1	6	6	6	5	1	1	1

Page 3

2	2	6	6	3	4	6	6	6	6	5	3	6
1	1	1	2	1	1	5	6	5	5	2	1	2
1	4	3	2	3	1	6	6	6	6	3	1	1
1	1	2	1	1	1	2	5	5	5	1	1	1
3	4	5	4	2	3	4	5	4	6	3	1	1
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	1	1
4	3	3	3	3	1	3	2	5	5	5	2	1
4	5	3	2	2	2	5	6	5	3	2	1	1
1	1	5	3	1	3	6	6	6	6	1	1	1
4	5	6	5	5	4	6	6	6	5	3	1	1
2	3	5	2	2	3	5	5	5	3	3	4	1
1	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	1
2	2	3	2	1	1	4	5	5	5	3	1	1
4	3	6	3	2	2	2	6	6	6	1	2	2
1	1	1	1	1	1	6	6	6	6	1	6	2
3	2	6	6	2	2	6	6	6	5	1	1	1
6	4	4	5	4	5	5	6	5	5	1	1	1
2	2	3	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2
1	1	4	5	2	5	5	6	5	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	4	6	6	6	2	1	1
1	3	5	1	1	1	6	4	6	4	1	1	1
1	2	4	1	1	2	4	6	6	6	2	2	1
1	1	4	1	1	1	6	6	6	6	1	1	1
1	1	3	1	1	1	6	5	6	6	4	3	3
1	4	6	4	1	1	6	6	6	4	2	1	1
2	1	1	3	1	1	3	5	5	5	2	1	1
5	5	5	1	1	1	6	6	6	6	6	6	1
2	2	2	2	2	2	6	3	6	6	1	1	1
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	2	3	4	5	6	5	4	3	2	1	2

Page 4

MLP 22	MLP 23	MLP 24	MAFI 1	MAFI 2	MAFI 3	MAFI 4	MAFI 5	MAFI 6	MAFI 7	MAFI 8	MAFI 9	MAFI 10
1	1	1	5	1	4	4	6	3	5	2	2	3
1	1	1	5	5	5	4	4	3	6	5	4	2
1	1	1	6	3	3	6	4	1	6	5	2	2
1	3	1	6	4	5	3	6	5	6	5	5	5
1	4	2	4	2	6	4	5	5	4	4	4	3
1	2	3	4	3	2	3	4	2	5	1	4	4
1	6	1	6	3	2	3	5	4	5	2	5	4
1	1	1	4	2	2	3	4	3	3	3	3	2
1	5	2	6	4	4	5	5	5	5	5	5	4
2	4	2	6	5	4	6	5	1	5	2	5	5
1	2	1	6	2	4	4	5	5	6	5	4	4
2	3	2	6	5	3	5	3	6	5	3	2	3
2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	6	6	4	4	5	4	5	4	4	4
1	1	1	5	4	6	6	4	1	4	3	2	1
2	2	1	5	3	4	5	5	2	4	2	5	1
1	1	1	3	1	4	4	4	3	5	2	6	2
2	2	2	5	3	5	4	3	2	6	5	5	2
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2
1	4	1	6	3	3	4	3	3	6	1	1	1
1	1	1	6	3	4	5	5	2	3	4	5	1
1	1	1	5	2	3	4	2	4	3	3	6	5
1	6	4	6	1	6	6	5	6	6	4	4	5
1	3	1	6	4	4	3	5	3	5	4	4	4
1	4	1	6	1	4	6	6	4	5	1	4	5
4	5	4	5	1	6	5	6	6	6	3	6	4
5	6	5	6	5	5	5	5	6	5	4	6	6
1	4	3	4	4	4	5	6	5	4	3	4	1
1	1	1	6	4	4	6	1	3	1	3	6	1
1	3	1	3	2	2	3	4	3	3	1	2	2
1	3	6	6	4	5	5	3	2	5	1	6	5
1	5	1	6	4	2	4	6	5	6	3	4	3
1	3	2	6	2	2	2	4	2	3	3	3	2
1	4	1	5	1	2	5	6	3	5	4	2	4
1	4	1	6	4	6	6	6	3	3	3	6	2
1	1	1	6	2	3	5	5	4	6	1	1	2
1	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
1	1	1	4	4	6	5	6	5	4	3	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
1	1	1	6	6	3	4	6	1	5	4	4	6
1	3	5	5	5	1	3	4	5	5	3	4	4

Page 5

2	3	2	5	5	6	6	6	6	6	2	5	4
1	1	2	4	2	4	4	4	3	2	1	2	2
1	4	3	6	6	6	6	6	4	6	6	3	3
1	5	1	4	2	3	4	5	3	3	1	2	6
1	3	1	6	3	6	5	6	4	6	5	5	4
1	1	1	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5
1	2	3	4	3	3	2	5	5	5	6	5	5
1	2	1	5	2	5	3	4	1	4	4	5	2
1	3	1	6	3	3	5	6	4	6	3	6	5
2	4	1	6	2	6	6	6	6	6	4	2	5
1	2	1	5	2	2	5	2	1	3	2	4	3
1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	5	5
1	3	2	6	3	5	5	6	5	6	5	4	3
1	1	1	2	4	3	6	4	1	1	6	6	4
6	1	1	6	1	1	6	6	6	6	6	6	1
6	5	1	6	2	6	6	6	1	6	6	6	4
1	1	1	6	4	6	3	6	2	3	2	3	2
2	2	1	3	3	2	3	4	3	4	4	4	5
1	5	1	6	3	3	3	4	1	4	3	3	3
1	1	1	6	1	4	4	6	1	6	1	2	3
1	4	1	6	1	6	6	6	6	6	5	4	5
1	3	5	6	2	2	5	6	4	6	6	6	4
1	2	1	5	1	2	1	2	1	2	1	2	1
2	4	4	5	4	4	1	6	3	5	4	5	2
1	3	1	6	5	5	5	6	5	4	5	5	4
1	3	1	6	4	1	5	2	1	5	1	4	4
1	2	1	4	5	5	2	1	1	3	1	6	5
1	1	1	6	1	2	6	5	1	4	3	5	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	5	1	2	3	4	5	6	5	4	3	2

Page 6

MAFI 11	MAFI 12	MAFI 13	MAFI 14	MAFI 15	MAFI 16	MPS 1	MPS 2	MPS 3	MPS 4	MPS 5	MPS 6	MPS 7
5	3	6	1	5	6	2	3	4	4	4	2	3
5	3	4	4	4	6	6	5	4	4	3	2	5
4	1	4	1	4	5	6	6	3	3	6	3	1
5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	1	2
5	4	6	4	4	6	4	5	2	3	5	2	3
4	2	1	2	2	4	4	6	4	5	4	4	5
6	1	2	6	3	3	5	5	2	2	3	1	1
5	2	5	2	3	2	4	2	2	4	4	1	2
6	4	6	4	5	6	5	4	5	5	5	2	2
5	1	5	4	4	5	6	6	1	1	2	1	1
5	2	2	1	6	4	4	5	3	4	5	1	4
6	4	6	4	6	6	5	6	6	6	6	2	3
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
5	3	5	5	5	5	2	4	3	2	3	2	2
5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	1	1
5	1	4	2	3	3	5	5	2	2	3	1	2
4	2	2	2	4	4	1	4	1	2	4	1	1
6	4	6	3	5	6	5	5	3	3	4	3	2
3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2
6	1	2	6	1	6	3	6	1	1	2	1	1
6	2	5	2	4	5	3	4	4	4	4	2	2
6	4	2	5	5	6	6	6	6	6	6	4	2
6	4	6	5	6	6	6	5	3	3	6	1	4
4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	6	1	4
6	4	6	3	5	6	6	6	4	4	6	2	1
4	2	5	3	4	5	6	6	6	6	6	1	1
5	6	5	4	6	6	6	5	6	6	5	6	5
5	4	6	2	4	6	1	6	1	2	6	1	2
6	3	1	3	3	6	6	6	1	4	4	1	4
4	2	2	3	3	5	4	4	5	6	6	3	4
5	2	4	5	6	5	5	6	3	4	5	1	3
5	2	5	1	3	5	6	6	4	5	5	1	3
3	2	3	3	3	4	3	4	1	1	2	1	1
5	1	3	2	6	5	4	5	3	5	4	1	2
6	2	2	3	4	4	6	5	3	1	3	5	4
2	1	1	1	2	3	4	4	2	3	3	1	1
6	4	6	4	5	6	6	6	4	5	4	1	2
4	4	5	1	1	5	5	6	6	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
6	6	4	4	3	6	2	4	6	1	6	1	5
5	3	3	4	4	5	5	6	5	6	6	6	4

Page 7

6	3	6	4	6	6	6	6	6	3	6	1	3
4	2	1	2	2	4	4	5	4	5	4	2	4
6	1	6	3	4	6	6	6	1	3	3	1	2
6	6	3	2	6	6	5	5	3	4	2	1	1
5	4	5	5	3	5	6	6	5	5	6	1	4
5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	3
3	2	3	1	1	2	4	4	4	4	4	2	2
6	4	3	1	4	6	6	6	5	5	5	1	3
5	5	6	1	3	6	6	6	5	6	6	1	5
4	2	4	4	3	3	4	5	3	4	4	1	1
5	5	6	6	6	6	1	2	1	2	1	2	1
6	2	4	4	5	4	6	5	1	1	3	2	4
4	4	3	2	2	6	6	6	3	3	3	3	3
6	1	1	5	1	5	6	6	6	2	6	1	1
6	4	6	4	6	6	5	5	2	1	1	2	4
6	6	6	4	5	5	4	4	3	4	4	1	1
5	6	5	6	5	5	3	4	4	4	4	3	5
5	3	4	3	4	4	3	3	2	2	2	2	5
6	2	3	3	6	6	2	2	1	3	2	1	3
5	4	6	2	4	6	6	6	3	5	3	1	4
6	2	6	3	4	5	6	6	4	4	5	6	5
2	2	1	1	2	2	5	5	6	6	6	6	5
5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	2	3
5	5	6	1	5	5	6	6	5	5	6	1	5
6	3	4	1	3	5	4	4	1	1	4	1	3
2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2
6	1	1	1	3	4	2	3	1	1	1	1	1
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
1	2	3	4	5	6	4	3	2	1	2	3	4

Page 8

MPS 8	MPS 9	MPS 10	MPS 11	MPS 12	MPS 13	MPS 14	MPS 15	MPS 16	MPS 17	MPS 18	MPS 19	MPS 20
1	1	1	1	2	3	2	5	4	4	4	4	5
4	4	3	1	5	4	4	6	4	3	4	4	5
1	1	3	1	6	3	3	6	1	3	2	1	3
2	2	1	1	5	3	3	6	6	4	4	3	5
2	2	1	1	4	3	2	6	5	5	4	4	6
4	5	5	2	2	1	1	5	5	3	4	4	3
1	1	1	1	2	2	2	6	1	1	1	1	1
2	2	1	1	4	2	4	6	3	5	4	4	5
1	1	1	1	3	2	3	3	4	4	4	5	4
1	1	1	1	3	2	3	4	1	1	3	3	2
1	1	3	1	3	3	4	5	2	4	3	4	4
5	5	4	4	6	5	5	6	5	4	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4
1	1	1	1	1	1	2	4	1	3	1	4	3
2	1	2	2	4	3	4	4	2	4	4	2	2
1	1	1	1	6	3	3	5	5	1	4	3	5
2	2	2	1	6	4	5	6	4	3	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
1	1	1	1	1	5	4	4	1	1	1	1	1
2	2	1	1	5	4	5	5	5	5	6	5	5
2	2	2	2	6	3	3	4	6	5	6	6	6
4	2	1	1	6	4	5	6	4	4	5	3	2
4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5
1	1	2	1	6	3	1	2	4	1	3	5	5
2	1	1	3	6	4	3	6	6	6	6	3	6
4	5	5	5	4	5	5	6	5	4	6	5	5
1	1	2	1	5	3	2	6	2	3	2	2	2
4	3	1	3	1	1	5	3	6	4	6	4	6
3	3	2	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	3	2	5	5	4	5	4	6	5	6	6
1	1	1	2	6	5	3	6	5	4	4	3	4
2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	4
2	1	1	1	6	4	2	5	1	2	2	1	3
3	4	4	4	4	3	6	4	6	3	6	3	6
1	1	1	1	2	2	2	4	4	3	2	1	2
1	1	1	1	1	6	6	6	6	5	5	4	4
3	3	4	4	4	4	3	5	5	6	4	1	6
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2
4	4	1	1	6	4	6	6	4	5	6	5	4
4	3	4	2	5	4	4	5	6	6	4	5	6

Page 9

3	3	3	5	6	6	6	6	6	3	2	3	3
3	3	2	4	4	4	5	4	1	4	4	4	2
3	2	1	1	6	4	5	6	6	4	4	5	6
4	3	3	6	6	5	6	5	4	1	5	1	4
2	1	2	1	5	5	5	6	5	4	4	4	5
4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	3	5	4	5	4	5	5
1	1	1	1	6	6	4	6	4	2	4	4	5
2	1	4	3	6	6	4	6	5	4	4	4	4
1	1	1	1	4	3	3	6	3	2	3	4	4
2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	6	6	6
2	1	3	1	4	5	6	6	2	1	2	1	3
3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	6	6	6	6	1	6	1	6
4	1	2	1	3	2	6	5	2	2	4	3	4
3	2	1	1	1	1	3	3	3	5	4	6	6
6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
2	2	1	1	5	2	3	3	3	3	3	3	5
1	1	1	1	3	6	4	4	1	3	3	5	6
1	1	1	1	5	5	2	6	2	2	4	2	5
2	2	1	1	6	6	6	6	6	6	5	5	6
5	6	4	4	6	5	6	5	6	6	6	6	6
2	2	4	1	6	6	6	6	6	3	4	5	5
3	3	3	3	6	5	5	6	4	5	5	4	5
3	3	1	1	6	5	6	6	1	4	4	5	5
1	1	1	1	1	4	5	4	1	3	3	2	3
1	1	1	1	4	4	2	5	5	4	3	3	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	5

Page 10

CO 1	CO 2	CO 3	CO 4	CO 5	CO 6	CO 7	CO 8	CO 9	CO 10	CO 11	CO 12	CO 13	CO 14	CO 15	CO 16	CO 17
3	3	2	3	1	2	1	3	1	4	1	3	4	1	1	3	2
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	5	4	1	1	4	4
3	1	5	3	1	1	4	3	1	4	2	4	4	2	2	1	1
3	2	2	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	1	2	3
4	4	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1
5	2	4	4	5	5	2	2	3	3	3	3	1	3	3	5	3
4	5	1	5	1	5	3	5	5	1	1	1	3	1	1	1	1
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	4	3	1	1	2	2
1	4	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	2
2	1	1	1	1	2	4	1	1	5	2	1	4	5	5	4	2
5	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	5	4	1	1	1	2
1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	3	4	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	2
3	5	2	4	1	3	2	4	1	1	1	2	3	1	1	1	1
3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1
3	4	2	4	1	3	2	3	4	2	4	3	2	2	3	2	2
3	1	3	1	3	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1
3	4	4	5	3	2	1	4	3	3	2	4	4	2	2	3	2
4	4	3	4	4	3	4	5	5	1	4	4	4	1	1	4	3
3	5	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	4	1	2	2	4
4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
1	5	4	3	1	2	1	3	3	4	2	3	3	2	4	1	2
1	1	1	1	1	1	1	5	3	3	1	4	3	2	2	2	1
3	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	3	1	1	2	1	4	2	3	4	3	3	5	3
1	1	2	3	4	1	1	2	4	3	3	3	1	1	2	1	1
2	3	1	1	1	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1
1	4	2	4	1	1	2	3	3	4	5	5	4	1	1	1	3
1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	1	5	4	1	1
1	1	1	1	1	2	1	4	4	4	3	3	4	2	3	1	1
2	4	1	4	1	5	4	5	5	1	3	5	4	1	1	1	5
5	5	1	4	5	1	1	2	1	2	1	2	2	5	5	5	5
2	2	2	2	1	3	2	4	4	3	2	2	2	1	1	1	2
5	5	5	5	3	3	5	5	5	2	5	5	5	2	1	1	1
1	3	2	1	3	1	1	3	4	3	2	4	4	5	4	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	3	5	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
3	4	2	2	1	1	3	2	1	2	3	2	3	2	3	1	1

Page 11

4	5	5	5	5	2	3	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5
3	2	3	4	2	4	2	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	5	3	4	1	1	5	3
1	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	2	2
3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3
4	3	4	5	3	3	4	4	4	2	3	5	5	1	1	4	2
5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	4	2	2	1	3	3	4	2	4	4	3	2	2	2
5	5	5	5	2	5	3	5	5	2	1	5	5	1	1	4	4
2	2	1	2	1	2	1	2	1	5	1	2	1	5	5	1	1
4	2	2	2	1	4	3	4	4	3	3	5	4	3	2	2	2
1	1	1	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	2	2
2	1	5	3	2	2	5	5	5	2	4	2	4	2	2	2	2
4	4	3	5	3	3	2	4	4	3	2	2	4	1	1	2	1
1	4	1	1	1	5	1	5	4	1	4	5	5	2	2	2	5
4	5	3	4	3	4	5	4	4	2	4	5	4	1	2	3	5
3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3
2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3
1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1
1	3	3	4	1	5	3	5	5	1	5	5	4	5	1	1	3
3	4	3	3	1	5	3	5	5	1	3	5	5	1	1	1	4
5	5	5	5	1	5	4	5	5	1	4	5	5	1	1	5	5
2	5	4	4	1	5	5	5	4	1	2	4	5	1	1	1	2
2	4	1	2	1	1	4	3	2	3	4	1	2	1	1	1	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	5	3	2	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	3
2	2	2	2	1	3	2	3	3	1	1	2	2	2	2	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4
4	3	2	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	3	4	5	4

Page 12

CO 18	MLP	MAFI	MPS	Motivación	Afectiva	Continua	Normativa	Compromiso
1	3.17	3.81	2.95	3.31	1.50	2.33	2.67	2.17
1	3.75	4.31	4.00	4.02	2.50	3.83	3.33	3.22
1	3.42	3.56	3.10	3.36	1.83	2.33	3.00	2.39
2	3.63	4.56	3.60	3.93	2.50	3.00	3.00	2.83
3	3.38	4.38	3.45	3.73	2.83	2.67	3.00	2.83
3	3.29	2.94	3.80	3.34	3.33	4.33	2.17	3.28
1	4.00	3.75	2.00	3.25	2.33	2.17	3.00	2.50
1	2.33	3.00	3.10	2.81	1.00	1.00	1.33	1.11
1	3.58	4.94	3.20	3.91	2.00	2.33	2.83	2.39
2	3.88	4.25	2.20	3.44	2.67	2.50	3.17	2.78
5	3.79	4.06	3.20	3.68	3.17	1.83	2.83	2.61
1	3.83	4.56	4.90	4.43	2.83	3.00	4.33	3.39
2	1.88	1.94	1.85	1.89	2.00	1.50	1.83	1.78
1	3.50	4.63	2.70	3.61	2.00	2.33	2.17	2.17
1	3.13	4.00	2.05	3.06	1.50	2.00	2.67	2.06
2	3.50	3.38	2.80	3.23	2.67	3.33	3.00	3.00
4	3.75	3.25	2.65	3.22	2.50	1.00	1.50	1.67
3	3.63	4.38	3.55	3.85	3.00	2.33	2.83	2.72
2	2.00	2.63	2.10	2.24	2.33	2.33	1.50	2.06
5	3.42	3.31	1.90	2.88	1.67	1.00	2.00	1.56
2	3.58	3.88	3.70	3.72	2.50	3.33	3.00	2.94
1	3.88	4.06	4.45	4.13	2.50	3.67	3.67	3.28
1	3.67	5.13	3.75	4.18	2.50	3.67	4.33	3.50
3	2.75	4.06	3.90	3.57	2.67	2.67	2.83	2.72
4	3.42	4.50	3.20	3.71	3.00	2.00	3.00	2.67
1	4.75	4.44	4.25	4.48	2.17	1.17	2.33	1.89
5	5.21	5.31	5.15	5.22	4.33	4.17	4.33	4.28
3	3.79	4.19	2.55	3.51	2.33	3.67	2.83	2.94
2	4.00	3.56	3.65	3.74	2.17	2.00	1.83	2.00
1	3.46	2.75	4.85	3.69	2.00	1.17	1.67	1.61
1	3.67	4.31	4.40	4.13	2.00	2.00	3.67	2.56
5	3.54	4.00	3.75	3.76	3.00	1.00	1.67	1.89
3	3.38	2.94	2.05	2.79	2.83	1.00	2.83	2.22
1	3.46	3.69	2.75	3.30	3.00	2.33	3.50	2.94
5	3.75	4.13	4.15	4.01	3.17	4.17	2.17	3.17
2	3.21	2.81	2.20	2.74	2.17	1.67	2.50	2.11
1	3.63	5.69	3.75	4.35	2.83	3.33	4.50	3.56
4	3.79	4.00	4.30	4.03	3.67	1.67	2.67	2.67
5	5.25	5.56	3.90	4.90	5.00	5.00	5.00	5.00
4	3.29	4.63	4.05	3.99	1.67	2.00	1.50	1.72
1	3.88	3.94	4.80	4.20	1.67	1.67	2.83	2.06

Page 13

5	4.50	5.13	4.30	4.64	3.83	4.83	4.33	4.33
2	3.46	2.69	3.60	3.25	3.17	3.00	2.50	2.89
1	3.83	4.88	3.75	4.15	1.67	3.33	3.33	2.78
2	3.29	3.88	3.70	3.62	2.83	2.50	3.00	2.78
2	3.63	4.81	4.10	4.18	2.50	3.33	3.67	3.17
2	3.63	5.06	4.30	4.33	2.67	3.67	3.50	3.28
3	3.25	4.56	3.75	3.85	3.00	3.83	3.33	3.39
2	3.67	2.94	3.40	3.33	2.67	2.33	2.67	2.56
1	3.88	4.44	3.80	4.04	3.00	4.17	3.50	3.56
5	4.00	4.69	4.40	4.36	3.33	1.33	2.00	2.22
1	3.54	3.06	2.90	3.17	3.17	2.17	3.17	2.83
2	2.79	3.31	2.25	2.78	2.50	2.67	2.33	2.50
2	3.25	4.56	2.95	3.59	2.50	2.67	3.50	2.89
1	4.00	3.63	3.60	3.74	2.00	3.00	3.17	2.72
1	3.96	4.00	3.55	3.84	3.17	1.83	3.33	2.78
1	4.33	5.06	2.95	4.12	2.83	3.67	4.00	3.50
3	3.92	4.31	3.00	3.74	3.17	3.00	2.67	2.94
3	2.75	4.19	4.60	3.85	2.83	3.00	2.83	2.89
5	3.58	3.50	2.75	3.28	1.67	2.00	1.00	1.56
3	3.46	3.75	2.65	3.28	1.33	1.00	1.67	1.33
1	3.29	4.88	3.25	3.81	3.67	2.17	3.50	3.11
1	3.67	4.56	4.70	4.31	3.00	2.50	3.50	3.00
1	3.67	1.75	5.50	3.64	3.00	4.33	4.00	3.78
1	4.13	4.19	4.10	4.14	2.67	2.33	3.83	2.94
5	3.46	4.81	4.55	4.27	1.83	1.83	3.33	2.33
3	3.33	3.44	3.40	3.39	3.00	3.00	3.00	3.00
1	4.38	2.88	2.15	3.13	1.67	3.00	1.50	2.06
4	3.63	3.25	2.45	3.11	2.67	1.50	1.83	2.00
5	6.00	6.00	6.00	6.00	5.00	5.00	5.00	5.00
4	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
2	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
3	3.50	3.50	3.50	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00
5	6.00	6.00	6.00	6.00	5.00	5.00	5.00	5.00
4	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
3	3.54	3.50	3.50	3.51	3.00	3.00	3.00	3.00
4	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
3	3.00	3.00	4.00	3.33	3.00	3.17	3.00	3.06
3	3.92	3.50	3.50	3.64	3.00	3.00	3.17	3.06

Page 14