



**UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA**  
**FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y RELACIONES HUMANAS**  
**TESIS DE GRADO**

“MOTIVACIÓN, AUTOESTIMA Y BUSQUEDA LABORAL: UN ESTUDIO  
DESCRIPTIVO”

**DIRECTOR**

PS. MUFFAREGE, MARCELA

**TESISTA**

FRATTINI, FIORELLA

**TÍTULO A OBTENER**

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

Rosario, 2022

## Resumen

La problemática del desempleo limita la capacidad de los jóvenes para socializar, así como también la conformación de una identidad como adulto. Asimismo, se plantea una relación significativa entre el desempleo juvenil y la salud mental medida en términos de depresión, ansiedad y autoestima. La finalidad de este estudio descriptivo es describir cómo influyen los obstáculos y facilitadores del mercado laboral actual, en la motivación y en la autoestima de los jóvenes adultos de entre 18 y 25 años residentes de la ciudad de Rosario. Para ello en una muestra de 82 personas, se utilizó un cuestionario de auto administración, con el objetivo de proporcionar una mejor comprensión de los significados y experiencias de las personas. Este cuestionario consta de una serie de preguntas desarrolladas por la autora de la investigación, y dos escalas preexistentes con el fin de medir la motivación (Cuestionario de McClelland) y autoestima (Escala de Rosenberg) de los participantes. Mediante los resultados obtenidos es posible inferir que en función de la presencia de obstáculos y los facilitadores, los niveles de autoestima continúan elevados, siendo otros factores como la clase social, las actividades de ocio igualmente relevantes que la percepción de obstáculos y facilidades en el impacto en la autoestima. Lo mismo ocurre en los niveles de motivación dónde más allá de la percepción que puedan tener acerca de estos, siempre se mantiene la preponderancia y contundencia en el mismo tipo, es decir, la motivación de logro.

*Palabras clave:* motivación, autoestima, obstáculos, facilitadores, mercado laboral.

### **Agradecimientos**

A Jorge y Verónica por su apoyo y confianza a lo largo de estos años.

A Magali por siempre estar pendiente y ayudarme cada vez que lo necesité.

A Bruno por haber recorrido este camino junto a mí.

A mis amigos por acompañarme.

A Marcela y Rodrigo por la orientación y asesoramiento constante en este recorrido.

## Índice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Resumen</b> .....                                       | <b>2</b>  |
| <b>Agradecimientos</b> .....                               | <b>3</b>  |
| <b>Capítulo 1: Introducción</b> .....                      | <b>7</b>  |
| <b>Tema</b> .....  | <b>10</b> |
| <b>Problema</b> .....                                      | <b>10</b> |
| <b>Capítulo 2: Objetivos</b> .....                         | <b>11</b> |
| 2.1 Objetivo General.....                                  | 11        |
| 2.2 Objetivos Específicos .....                            | 11        |
| <b>Capítulo 3: Estado del Arte</b> .....                   | <b>12</b> |
| <b>Capítulo 4: Marco Teórico</b> .....                     | <b>18</b> |
| <b>4.1 Definición de Mercado Laboral</b> .....             | <b>18</b> |
| 4.1.1 Indicadores del Mercado Laboral .....                | 18        |
| 4.1.2 La problemática del desempleo .....                  | 19        |
| 4.1.3 El trabajo como organizador psíquico .....           | 19        |
| 4.1.4 Obstáculos y Facilitadores del Mercado Laboral ..... | 20        |
| <b>4.2 Definición de Motivación</b> .....                  | <b>22</b> |
| 4.2.1 Ciclo Motivacional.....                              | 23        |
| 4.2.2 Tipos de Motivación .....                            | 24        |
| 4.2.3 Teoría Motivacional de McClelland .....              | 25        |
| <b>4.3 Definición de Autoestima</b> .....                  | <b>27</b> |

|   |           |
|---|-----------|
|   | 5         |
| 4.3.1 Dimensiones de la autoestima .....                      | 28        |
| 4.3.2 Autoestima y Salud Mental .....                         | 29        |
| 4.3.3 Autoestima según Rosenberg .....                        | 31        |
| <b>Capítulo 5: Marco Metodológico .....</b>                   | <b>33</b> |
| 5.1 Área de Estudio .....                                     | 33        |
| 5.2 Enfoque Metodológico.....                                 | 33        |
| 5.3 Tipo de Estudio.....                                      | 33        |
| 5.4 Diseño de Investigación .....                             | 34        |
| 5.5 Definición conceptual y operacional de las variables..... | 34        |
| 5.5.1 Autoestima.....   | 34        |
| 5.5.2 Motivación.....   | 35        |
| 5.6 Población.....  | 35        |
| 5.7 Muestra.....  | 35        |
| 5.8 Técnicas de recolección de datos.....                     | 36        |
| 5.9 Instrumentos .....  | 36        |
| 5.10 Procedimiento .....                                      | 38        |
| 5.11 Consideraciones Éticas.....                              | 39        |
| <b>Capítulo 6: Resultados y Análisis de datos.....</b>        | <b>40</b> |
| <b>Capítulo 7:Conclusiones .....</b>                          | <b>56</b> |
| <b>Referencias .....</b>                                      | <b>64</b> |
| <b>Anexo 1 .....</b>  | <b>67</b> |

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>Anexo 2</b> ..... | <b>68</b> |
| <b>Anexo 3</b> ..... | <b>71</b> |
| <b>Anexo 4</b> ..... | <b>73</b> |

## Capítulo 1: Introducción

En la era moderna, el aporte laboral de los jóvenes es un factor clave en el camino hacia la vida adulta, porque sus propios ingresos proporcionan la base material para reducir y eliminar la dependencia económica de los padres y construir sus propias familias. La inserción laboral es un ámbito de desarrollo interpersonal que facilita los contactos y la incorporación a redes, a la vez que permite participar en acciones colectivas. Es así como el trabajo se puede interpretar como un eje de la integración social, fuente de sentido para la vida personal, espacio para la participación ciudadana y motor del progreso material. En este sentido, el proceso de elección implica definir qué hacer, en términos de estudio y/o trabajo en un futuro mediato e inmediato.

Si bien el desempleo juvenil tiene el impacto más profundo en los jóvenes a nivel mundial y local, el mercado laboral argentino tiene características que exacerban las dificultades que enfrentan los menores de 29 años.

La problemática del desempleo limita la capacidad de los jóvenes para socializar, así como también la conformación de una identidad como adulto. Asimismo, se plantea una relación significativa entre el desempleo juvenil y la salud mental medida en términos de depresión, ansiedad y autoestima.

La finalidad de este estudio descriptivo es describir cómo influyen los obstáculos y facilitadores del mercado laboral actual, en la motivación y en la autoestima de los jóvenes adultos de entre 18 y 25 años residentes de la ciudad de Rosario

Como instrumento de recolección de los datos se utilizará un cuestionario de autoadministración (ver Anexo), con el objetivo de proporcionar una mejor comprensión de los significados y experiencias de las personas. Este cuestionario consta de una serie de preguntas desarrolladas por la autora de la investigación, y dos escalas preexistentes con el

fin de medir la motivación (Cuestionario de McClelland) y autoestima (Escala de Rosenberg) de los participantes.

El problema estudiado puede visualizarse cuando la oportunidad de ingresar al mercado laboral no es igual para todos los jóvenes. La gran mayoría tiene dificultades para acceder al mercado laboral, ya que no todos cuentan con los mismos recursos (estudios completos, contactos personales, sostén familiar, etc.) y además, la carencia de experiencia suele ser uno de las principales complicaciones.

De esta manera, los jóvenes terminan dentro de ocupaciones inestables, donde no solo el desempleo, sino también precariedad laboral puede condicionar sus trayectorias y proyectos vitales.

El papel que juega el trabajo en la vida de los jóvenes a menudo marca el final de un cierto período en sus vidas y el comienzo de una nueva transición en busca de una nueva identidad en el mundo de los adultos, así como el acceso al mundo del trabajo que representa para sí mismo un símbolo de independencia.

En este sentido, Pérez. P. E (2013) manifiesta:

“...la propia inestabilidad de sus trayectorias laborales condiciona a muchos jóvenes, quienes han interiorizado sus experiencias frustradas, lo que afecta la forma en que se ven a sí mismos y su relación con el trabajo...”(p.2)

La importancia del tema elegido es el riesgo de que el desempleo se convierta en una condición común que afecta de manera negativa a cada vez más personas y que se presenta habitualmente en el escenario social de la Argentina. La problemática principal es la imposibilidad de este colectivo de personas de conseguir empleo y de qué forma esto puede ocasionar efectos negativos en la formación de la personalidad, de la identidad, y su proyecto de vida.

El desempleo juvenil debe convertirse en un tema central de investigación a fin de que la psicología contribuya al cambio de actitud hacia la gravedad del desempleo en nuestro tiempo. Algunos enfoques posibles incluyen trabajar con los estereotipos sociales sobre estar desempleado, trabajar sobre las propias capacidades y como estas tienden a ponerse en tela de juicio, y trabajos sobre las posibles líneas de recuperación psicológica.

### **1.1 Tema**

Relación entre el desempleo generado por los obstáculos y facilitadores del mercado laboral actual, la autoestima y la motivación.

### **1.2 Problema**

¿Cómo influyen los obstáculos y facilitadores del mercado laboral actual, en la motivación y en la autoestima de los jóvenes adultos de entre 18 y 25 años residentes de la ciudad de Rosario?

## Capítulo 2: Objetivos del trabajo

- **General:**

Describir la influencia de los obstáculos y facilitadores del mercado actual laboral en la motivación y autoestima de los jóvenes adultos (18- 25 años) residentes de Rosario.

- **Específicos:**

1. Clasificar los obstáculos y facilitadores que intervienen en la búsqueda laboral
2. Determinar los niveles de autoestima de los jóvenes adultos
3. Indicar los niveles de motivación
4. Identificar la influencia de los obstáculos y facilitadores en la búsqueda laboral en la motivación y los niveles de autoestima

### Capítulo 3: Estado del Arte

Se propone la familiarización con los avances realizados hasta el momento en relación a la temática, para lo cual se han seleccionado investigaciones de 5 a 10 años de antigüedad. Para la adquisición de la información se ha empleado una estrategia de recopilación de artículos científicos en línea. Para ello se ha utilizado un sistema de búsqueda mediante palabras claves como, trabajo, proyecto de vida, motivación, etc. en bases de datos referenciales como Redalyc y Scielo. Este refinamiento otorgó un amplio número de resultados, los cuales fueron clasificados cualitativamente a partir de los títulos, resúmenes, año, y a texto completo de los mismos.

Cada vez es más difícil para los jóvenes ingresar al mercado laboral de nuestro país y del mundo. Desde hace muchos años, los desafíos para encontrar trabajo se han convertido en un tema central en la realidad socioeconómica del país y es una de las principales causas del grave deterioro de las condiciones de vida de las personas.

Desde de la perspectiva de Weller (2003):

“El alto desempleo juvenil no se debe a un problema general de acceso al mercado de trabajo sino se explica principalmente por la concentración de los buscadores por primera vez entre los grupos etarios más jóvenes y por una mayor rotación laboral de los y las jóvenes entre el empleo y el desempleo” (p. 7).

Como conclusión se plantea que la atención del mercado laboral debería posicionarse en garantizar más acceso hacia las primeras experiencias laborales.

Es en 2007, cuando dicho autor expone una serie de tensiones que se presentan en la inserción laboral de los jóvenes:

- Presentan altos niveles en educación formal, sin embargo, aquellos enfrentan mayores problemas a la hora de tener acceso a un empleo. Esto sucede debido a que los

sistemas de educación y formación han sido débiles en abordar los cambios productivos y socioculturales recientes.

- Construyen altas expectativas del trabajo en sí, lo que produce que sus experiencias terminen siendo frustrantes, no cumpliendo expectativas para el desarrollo de su identidad personal.
- Existen contradicciones entre las expectativas de los beneficios de la inserción en el mercado laboral y la realidad que se plantea actualmente.
- El mercado laboral actual, con su alta inestabilidad, obstaculiza las trayectorias ascendentes y las relaciones laborales estables, afectando así, al desarrollo de la personalidad de los jóvenes y su inclusión social.
- La combinación del trabajo con los estudios puede generar problemas en el rendimiento o abrir nuevas oportunidades que conlleva el abandono de los estudios.
- Exclusión laboral para quienes no cuentan con contactos personales o recomendaciones.
- La exigencia del mercado por jóvenes “con experiencia”, cuando muchos se encuentran en búsqueda de su primer empleo.

En el contexto de desigualdad socioeconómica contemporánea, la capacidad de ver diferentes trayectorias de vida es limitada, en ese sentido, la incertidumbre se convierte en norma, la inestabilidad es permanente y la búsqueda de canales para participar en el mercado laboral parece no tener salida para la juventud.

La propia inestabilidad de sus trayectorias laborales condiciona a muchos jóvenes, quienes han interiorizado sus experiencias frustradas, lo que afecta la forma en que se ven a sí mismos y su relación con el trabajo. En cierta manera, la pérdida de centralidad del trabajo en la constitución de las identidades sociales juveniles y ciertos cambios de valores, aspiraciones

y actitudes llevan a que se argumente que ciertos jóvenes manifiesten escasa motivación por trabajar (Jacinto, 2006, como se citó en Pérez, 2013).

En cuanto a las desigualdades existentes, a su vez, se llevó a cabo un estudio de diseño longitudinal, realizado por Pérez, Deleo & Fernández Massi (2013), con el objetivo indagar de qué formas el origen social delinea distintas trayectorias laborales para los jóvenes en la Argentina. Se trabajó con una población de jóvenes del Gran Buenos Aires (gba) – región que concentra el 32% de los habitantes del país (indec, 2010)– que ha transitado por la escuela secundaria.

En términos generales, entre los resultados se manifiestan:

“...una menor rotación laboral entre los jóvenes de clase media-alta, lo cual cuestiona la hipótesis de movilidad voluntaria motivada por la búsqueda de empleos que se adapten a los gustos y calificaciones de estos jóvenes. Serían los jóvenes de clase baja quienes muestran una mayor rotación laboral, vinculada a las dificultades que tienen para preservar un empleo.” (Pérez, Deleo & Fernández Massi, 2013, 82)

Frente a esta población, Pérez, P. E. (2013) menciona que se implementó un programa de capacitación juvenil llamado “Proyecto Joven” con el objetivo de incrementar las posibilidades laborales para jóvenes en situación de vulnerabilidad social. Parte de los resultados de este programa fueron positivos, ya que tuvieron un alto impacto en la autoestima y en las relaciones personales de los involucrados, contribuyendo, además a la vuelta a la educación para aquellos que la habían abandonado, sin embargo, con respecto a la inserción laboral la situación continuó agravándose en un contexto de desempleo elevado.

Longo, Pérez, Busso y Bidart (2014) indagaron el proceso de inserción laboral (desde el ángulo de la estabilidad e inestabilidad que la caracteriza) de los jóvenes cursando el final de los estudios secundarios en Argentina y Francia. Para ello, articularon datos estadísticos

provenientes de paneles de seguimiento de trayectorias laborales sobre el empleo de jóvenes en Argentina y Francia.

Los resultados de dicha investigación fueron los siguientes:

“En Argentina, en un contexto en el que la inserción de los jóvenes se produce inicialmente y principalmente en el empleo no registrado, la inestabilidad viene a agregarse como una dificultad más y por eso es vivida principalmente de manera negativa. De hecho, en el panel argentino no aparecen casos que valoren la inestabilidad como experiencia positiva de la inserción, sino como resignación-aceptación de las condiciones del mercado de trabajo.” (2014)

Frente a esta inestabilidad económica, una alta inflación y otros problemas que hacen al escenario actual argentino, Kauth (2002) realizó una encuesta con el objetivo de poner de manifiesto la paradójica relación existente entre la formación de la Argentina como país de inmigrantes y la actualidad económica, política y social que lo conduce a ser un país de emigrantes en sentido inverso al del original. Dicha encuesta manifestó que más del 80% de los estudiantes al finalizar sus estudios tenían la intención de alejarse del país, donde las causas que se destacaban eran entre ellas respuestas negativas ante la situación del país y la mayor parte de los participantes lo tenía en cuenta como una oportunidad de alejarse del país y no como un fin turístico.

Estos resultados con respecto a la crisis política, económica y social del 2001, se pueden trasladar a la actualidad, dado que según diversos medios, se presenta una suba de migraciones de jóvenes argentinos al exterior en busca de un mejor destino económico y social.

Jacinto & Chitarroni (2010) realizaron una investigación sobre una base de datos secundarios (Encuesta Permanente de Hogares del INDEC) y fuentes de información primaria (100 entrevistas a jóvenes provenientes de sectores de escasos recursos), con el

objetivo de estudiar las condiciones de las que depende el éxito en las primeras búsquedas laborales y analizar el papel que cumple la experiencia laboral anterior en el acceso a nuevos puestos de trabajo.

Los resultados de dicha investigación muestran que: 1) una primera búsqueda de empleo no siempre es el equivalente al inicio de una carrera laboral, ya que una gran proporción de jóvenes se encuentran inestables durante su primera búsqueda, 2) se evidencia una cierta persistencia en el trayectoria, donde la primera exposición al mercado laboral aumenta la probabilidad de encontrar un trabajo y disminuye la probabilidad de volverse inactivo.

En base a las expectativas que se poseen en cuanto al mercado laboral, Canle et al. (2017), realizaron una investigación, tomando como muestra a 25 jóvenes que cursan el último año de la escuela media provenientes de escuelas tanto públicas como privadas, bajo la hipótesis de que la transición de los jóvenes hacia la adultez no es el equivalente a la expectativa de integración en el mercado laboral, sino que se presenta de forma variante. A su vez, se concluyó que aquellos jóvenes poseían expectativas de seguir con sus estudios y la inserción laboral dependía de la finalización de dichos estudios. Además, poseían conciencia de las condiciones laborales del sistema económico actual y manifestaron no sentir urgencia por su inserción en dicho mercado.

Pereyra Iraola, M. (2018), realizó una investigación con jóvenes de entre 18 y 30 años, residentes de barrios populares de Buenos Aires, Rosario y Medellín (Colombia), con el objetivo de evaluar la inserción laboral formal de jóvenes de sectores populares sin experiencia previa y evaluar el desarrollo de habilidades técnicas y competencias.

Los resultados manifestaron que: dentro de la empresa donde fue tomada la encuesta, se promueve el desarrollo de habilidades y competencias, sobre todo aprendizaje y

flexibilidad. Además, el 90.6% de los empleados manifiesta que trabajar dentro de la empresa ha producido cambios en términos de calidad de vida y bienestar material.

En razón de oportunidades, Failo (2018) realizó una investigación con el objetivo de evaluar cuáles eran las expectativas laborales de jóvenes entre 22 y 26 años residentes en la Argentina. Como resultado se obtuvo el dato de que la mayoría de los jóvenes ponen todos sus esfuerzos en lograr su realización personal en sus trabajos profesionales, razón por la cual estos trabajos contribuyen a poseer altas expectativas sobre futuros puestos laborales.

Si bien se encuentran contextos que fomentan diversas habilidades y competencias en los jóvenes adultos, y ayudan a lograr la realización personal y profesional buscada, lo cierto es que según las investigaciones recabadas, la mayoría de ellos vive el proceso con inestabilidad e incertidumbre.

Encontrar el primer trabajo es una de las pruebas más difíciles por las que tiene que pasar una persona. La inexperiencia es una barrera que los trabajadores primerizos que se incorporan al mundo laboral deben superar para integrarse, además de aquellos que no cuentan con contactos personales o recomendaciones.

Cuando el desempleo es alto, los jóvenes sin experiencia laboral tienen que competir con otros trabajadores desempleados que han trabajado antes que poseen ventaja para encontrar trabajo, pero el problema se agrava cuando la economía sufre un desempleo extremadamente alto; además de las dificultades específicas, se suman las dificultades generales del mercado laboral.

Se puede observar en los antecedentes sobre el tema consultado, que ya existe una aproximación hacia la problemática, sin embargo ninguno de estos temas aborda en profundidad la relación existente entre estos desafíos y desigualdades; y la motivación y autoestima de los jóvenes adultos residentes de la ciudad de Rosario.

## Capítulo 4: Marco teórico

### 4.1.1 Definición de Mercado Laboral

Frente a todo lo mencionado anteriormente se considera fundamental desarrollar el concepto del mercado laboral y sus implicancias con los conceptos descritos en la presente investigación. Pudiendo así vincular la problemática planteada con la noción de autoestima y motivación en los jóvenes adultos.

Para comenzar, se dará la definición de Kiziryan (2015) donde describe al Mercado Laboral como: aquel donde confluyen la oferta y la demanda de trabajo. La oferta de trabajo está formada por el conjunto de trabajadores que están dispuestos a trabajar y la demanda de trabajo por el conjunto de empresas o empleadores que contratan a los trabajadores.”

En dicho mercado, para la funcionalidad del mismo, se plantea un sistema de negociación para las fuerzas de trabajo (capacidades físicas y mentales que disponen las personas), entre el denominado “salario” (precio del factor trabajo) y las condiciones del trabajo.

### 4.1.2 Indicadores del Mercado Laboral

Según Kiziryan (2015), al momento de comprender el mercado laboral se presta atención a los siguientes indicadores:

- Población económicamente activa (PEA): La cantidad de personas de un país que se encuentran habilitadas a trabajar (ya sea por edad o por capacidad).
- Desempleo o desocupación. La cantidad de personas habilitadas a trabajar que no consiguen empleo.
- Subempleo. Personas que trabajan menos tiempo del que podrían.
- Índice de salario real. Mide el aumento o disminución del poder de compra de los salarios, promediados.

- Índice de Precios al Consumidor (IPC). Un indicador a lo largo del tiempo de la relación entre el salario devengado por los trabajadores y el costo de vida en que lo invierten, para obtener bienes y servicios.
- Empleo informal: Aquel empleo que no posee ningún tipo de seguro social, sin control del Estado. Mayormente conocido como “trabajo en negro”.

#### ***4.1.2 La problemática del desempleo***

Cuando hablamos del desempleo, nos referimos a la falta de trabajo que puede ser ocasionada por diversas causas, ya sea por despidos, renunciaciones, desastres naturales o epidemiológicos, quiebras de empresas, adquisición de nuevas tecnologías para el reemplazo de la mano de obra, etc.

Kiziryan (2015) manifiesta que sus efectos son muy diversos, pero la mayoría coinciden en que algunas de sus consecuencias pueden ser:

- Aumento de las desigualdades sociales
- Disminución de la calidad de vida: Cuantos menos recursos posee una persona menor será su calidad de vida.
- Puede generar problemas psicológicos, incluso la desmotivación.
- Reducción del consumo: El consumo se incrementa o se reduce en función de la capacidad económica de la población.
- Mayor gasto estatal: en prestaciones por desempleo que entrega el Estado.
- Pérdida de capital humano: Cuando un profesional pasa un largo período en paro sus conocimientos se reducen.

#### ***4.1.3 El trabajo como organizador psíquico***

Para los jóvenes el trabajo se transforma en una de las formas para establecer relaciones interpersonales, sirviendo, así como una actividad que le proporciona una cierta identidad, para incorporarse dentro de la sociedad, y poder ejercer un cierto control sobre sus

vidas. Brinda confianza para afrontar problemas, es un lugar donde seguir construyendo la identidad, y además, permite explorar otras facetas de la misma personalidad.

En este sentido, Dessors (1998) nos explica que la propia identidad funciona en el orden de la intersubjetividad, ya que constantemente pasa por la mirada del otro. Solo se llega a esa identidad por medio de un “hacer” tenido en cuenta por el otro.

La identidad es parte de un tema que nunca es estable y debe reafirmarse todos los días. El trabajo puede contribuir a la autorrealización, por lo que es un lugar para autoconstruirse y construirse con otros.

El bienestar subjetivo, la autoeficiencia, el autocontrol y la autorrealización son factores que se pueden desarrollar a través de la inserción en el ámbito laboral, es así como el trabajo permite cubrir la mayor parte de las necesidades, sin embargo, no es regular dadas las condiciones de desempleo actuales.

Al respecto, Corendo (2019), plantea que:

“El trabajo es un organizador psíquico por lo que el momento del despido es un latigazo al psiquismo que lo desestabiliza de manera temporal, la sorpresa, la incertidumbre hacia el futuro, la angustia de enfrentar la nueva situación, genera miedo...”

#### ***4.1.4 Obstáculos y Facilitadores del Mercado Laboral***

Actualmente la Real Academia Española (2022) define como un “obstáculo” a todo impedimento, dificultad o inconveniente que se presentan en determinadas situaciones.

En el ámbito laboral, desde la perspectiva de Weller (2007) dentro de un entorno donde el mercado de trabajo es volátil y precario, se puede visualizar ciertas tensiones y desafíos para los jóvenes en búsqueda de empleo, donde no existe una problemática de inserción laboral común para todos los jóvenes, sino una variedad de problemas específicos que se generan entre la subjetividad de los jóvenes y el mercado laboral.

Algunos de los desafíos que presenta dicho autor pueden presentarse como: el sesgo de la demanda laboral hacia el personal más calificado, dejando a aquellos con rangos educativos inferiores sin posibilidad de crecimiento; la permanente inestabilidad del mercado en contraposición con las expectativas de la persona sobre sus preferencias en cuanto a su trayectoria laboral; la problemática de género, donde las jóvenes mujeres presentan más indicadores desfavorables en comparación con los jóvenes del mismo rango etario y social; la exclusión laboral de quienes no poseen contactos personales ni recomendaciones, donde aquellos se presentan como un papel distintivo, etc.

En contraposición, la RAE (2022) define como “facilitador” a aquello que proviene del verbo facilitar, hacer fácil o posible la ejecución de algo, o la consecución de un fin.

En relación a esto, Pérez, P. E (2013) manifiesta lo siguiente:

“La probabilidad de encontrar empleo para aquellos con acreditaciones superiores se realiza en desmedro de los que cuentan con credenciales inferiores, aun cuando éstos tengan condiciones cognitivas y técnicas para cubrir los puestos.” (p. 1)

Frente a esta temática, Jacinto y Chitarroni (2010) agregan que un mayor nivel educativo permite a los jóvenes posicionarse más favorablemente, lo cual produce que las posibilidades laborales sean mayores, donde también quienes están actualmente ocupados o presentan experiencia laboral poseen mejores oportunidades que aquellos que vienen de la inactividad o desempleo.

### 4.3 Definición de Motivación

Cuando un sujeto manifiesta un determinado tipo de conducta, ya sea positiva o negativa, nunca se ve a esta como un hecho aislado, sino como el producto de la interacción de las personas y la situación, y siempre en constante movimiento (dinámico), a esto lo llamamos “motivación”. Es así como aquella se encuentra relacionada de forma directa con la conducta. Es así como entendemos a la motivación como algo intangible, sólo se presenta a través del tipo de conducta que se manifieste. La motivación no se caracteriza como un rasgo personal,

Además, como señala Petri (1991), también se puede utilizar el término “Motivación” para prever las diferencias en la intensidad de la conducta. Así, podemos entender que las conductas más intensas pueden ser consideradas como el resultado de altos niveles de motivación.

Chiavenato (2009) agrega que la motivación es un concepto más para poder comprender el comportamiento humano que hace posible la interacción de la persona con el entorno. Sin embargo, como los procesos cognitivos, esta es imposible de visualizar.

Según la American Psychological Association - APA (2019): “ La motivación es el ímpetu que da un propósito o dirección al comportamiento... también se debe establecer una distinción importante entre las fuerzas motivadoras internas y los factores externos, como las recompensas o los castigos, que pueden alentar o desalentar ciertos comportamientos.”

Desde la corriente cognitiva-conductual, uno de los principales exponentes de ella, Beck et. al, (psiquiatra y profesor estadounidense, padre de la terapia cognitiva) sostiene que las teorías cognitivas “se basan en el supuesto teórico subyacente de que los efectos y la conducta de un individuo están determinados en gran medida por el modo que tiene dicho individuo de estructurar el mundo (Beck, 2000). Sus cogniciones (eventos verbales o gráficos

en su corriente de conciencia) se basan en actitudes o supuestos (esquemas) desarrollados a partir de experiencias anteriores” (2002, 13).

Dentro de este marco teórico, podemos definir a la motivación, como un proceso mental y emocional que determina cuando y como se inicia, se sostiene, se orienta y se finaliza una conducta.

En contraparte, hablamos de desmotivación en el momento en que disminuye o desaparece la voluntad, la orientación o el sentido sobre una actividad.

En su texto, Navas y José (1981) realizan una introducción hacia la trayectoria de Albert Ellis, fundador de la Terapia Racional Emotiva (TRE), donde se plantea que: “cuando tenemos reacciones emocionales en el punto C (la consecuencia), luego de que alguna experiencia o situación activadora ha ocurrido en el punto A, tenemos que A no ha sido en realidad la causa de C. De esta manera, si nos sentimos deprimidos en el punto C después de un rechazo en el punto A, no es el rechazo lo que nos causa la depresión. Lo hicieron nuestras creencias, actitudes o valores (representados en el punto B)”. En este sentido se puede observar como las teorías de la motivación actuales plantean al ser humano como constructor activo de significados y que los mismos tienen incidencias en lo que sienten, piensan y hacen; el enfoque cognitivo de la motivación se caracteriza por enfatizar el papel de las estructuras mentales, creencias y el procesamiento de la información en la motivación.

#### ***4.2.2 Ciclo Motivacional***

Cuando surge la necesidad (dinámica), comienza el ciclo motivacional, rompiendo con la homeostasis (equilibrio) previamente existente, generando un estado de tensión e insatisfacción, lo cual lleva al sujeto a realizar una acción para aliviar la tensión que genera el desequilibrio. Si el comportamiento es efectivo, el individuo podrá satisfacer su necesidad, liberando así la tensión causada por ella. Una vez concluido este ciclo, el organismo vuelve a

su anterior estado de equilibrio. En la Figura 1 se puede observar el esquema del ciclo motivacional.



Figura 1.

#### 4.3.1 Tipos de motivación

De acuerdo con Soriano (2001) plantea que se presentan dos tipos de motivación: puede ser interna (intrínseca) o externa (extrínseca). A ambas las define como:

“La motivación intrínseca es aquella que trae, pone, ejecuta, activa el individuo por sí mismo cuando lo desea, para aquello que le apetece. Es por tanto, una motivación que lleva consigo, no depende del exterior y la pone en marcha cuando lo considera oportuno. La motivación extrínseca, por su lugar de proveniencia, externo, es aquella provocada desde fuera del individuo, por otras personas o por el ambiente, es decir, depende del exterior, de que se cumplan una serie de condiciones ambientales o haya alguien dispuesto y capacitado para generar esa motivación.” (Soriano, 2001, p.7)

A su vez, planteó que la motivación intrínseca se basa en un pequeño conjunto de necesidades psicológicas (p. ej., autodeterminación, desempeño, curiosidad) que son responsables de iniciar, mantener y continuar el comportamiento en ausencia de una motivación externa. El comportamiento que está motivado internamente, fomenta la

búsqueda de novedades y la resolución de problemas, satisfaciendo así importantes necesidades psicológicas. La motivación intrínseca motiva a una persona a estar dispuesta a superar los desafíos ambientales, y el logro del dominio lo hace más capaz de adaptarse a los desafíos y curiosidades ambientales. (Soriano, 2001)

#### ***4.2.3 Teoría Motivacional de McClelland***

Las teorías motivacionales se pueden destacar entre aquellas de contenido, que estudian aquellos aspectos que motivan a las personas y las de proceso, que ponen énfasis en el proceso de pensamiento llevado a cabo para la motivación. Sin embargo, una de las que presenta mayor contundencia, y desde la cual esta investigación se focaliza, es la Teoría de las Necesidades Adquiridas de David McClelland. A continuación se hará un resumen de dicha teoría planteada en Padovan (2020):

A inicios de los años sesenta, David McClelland y sus colegas desarrollaron la Teoría de las Necesidades Adquiridas. Allí, se plantean tres tipos de necesidades comunes en cualquier persona a nivel inconsciente (o automático) y son adquiridas a lo largo de la vida mediante el aprendizaje. Centra su base principal en el hecho de suplir estas necesidades, en mayor o menor medida, dependiendo de la persona. Estas necesidades consisten en: necesidad de logro, necesidad de poder y necesidad de afiliación.

Las necesidades básicas son tres:

1. Necesidad de Logro: es planteada como la necesidad de compromiso, proposición de metas de forma calculada y que sean posibles de alcanzar, y asumir riesgos. En general prefieren trabajar solas que en compañía de otras personas y les gusta recibir retroalimentación sobre las tareas que desempeñan.

2. Necesidad de Poder: es la necesidad de ser reconocidos socialmente e influir y dirigir a los demás. En ella distingue dos tipos de necesidad de poder: la de poder socializado y la de poder personal. Las personas que se acercan más al primer tipo tienden a preocuparse

más por las demás, mientras que quienes tienen una alta motivación de poder personal pretenden obtener los máximos beneficios para uno mismo.

3. Necesidad de Afiliación: es el deseo de relacionarse con los demás, pretende crear buenas relaciones interpersonales con otros, perteneciendo a diversos grupos sociales y siendo valorado por ellos. Prefieren la colaboración y conocer las diversas opiniones del resto, así como también les incomodan las situaciones que implican riesgos y falta de certidumbre.

### 4.3.1 Definición de Autoestima

La autoestima es una dimensión fundamental del ser humano que se encuentra siempre presente en nuestra conducta cotidiana, se refleja día a día en nuestros actos y pensamientos aunque a veces pase inadvertida para nosotros mismos.

De acuerdo con Rice (2000), la autoestima de una persona es la consideración que tiene hacia sí misma.

Además, Rojas (2001) aporta su propia concepción de autoestima, definiéndola como la capacidad del ser humano para valorar lo que uno es y puede llegar a ser.

Branden, en De Mézerville (2004) manifiesta que la autoestima, está formada por factores internos (creencias, conductas, ideas, etc.) y factores externos (cultura en la que el individuo se desarrolla, experiencias vividas y mensajes recibidos de las personas significativas; familia, educadores, etc.).

Los problemas de autoestima, pueden ser situacionales o caracterológicos. Los situacionales, momentos, situaciones o entornos en los que la persona puede sentirse insegura de sí mismo, en cambio, los problemas caracterológicos se producen en las primeras etapas de la vida social del sujeto y presenta consecuencias globales a largo plazo.

La autoestima es indispensable para el desarrollo normal y sano, tiene valor de supervivencia, representa un logro individual, producto de una labor perseverante de conocimiento interno.

Se ha llegado a un momento en el que la autoestima ya no es sólo una necesidad psicológica sumamente importante, sino que se ha convertido también en una necesidad económica de la misma importancia, atributo para adaptarse a un mundo cada vez más complejo, competitivo y lleno de desafíos. Un ser humano no puede esperar realizarse en todo su potencial sin una sana autoestima.

### **4.3.2 Dimensiones de la autoestima**

De acuerdo con Gastón de Mézerville (2004) existen una serie de aspectos interrelacionados que componen la autoestima.

Se considera a la autoestima según dos dimensiones complementarias, una actitudinal integrada por tres componentes: la autoimagen, la autovaloración y la autoconfianza; y una dimensión conductual observable conformada por tres componentes: el autocontrol, la autoafirmación y la autorrealización.

A continuación se presenta una síntesis de este proceso de la autoestima y sus respectivos componentes:

- Autoimagen: es la capacidad de verse a mí mismo/a como la persona que realmente se es, reconociendo tanto las virtudes como los defectos.
- Autovaloración: Consiste en la consideración, aceptación y respeto que tiene una persona consigo mismo y con los demás, incluye nuestro derecho de ser respetados, de afirmar nuestras necesidades y carencias y permitirse gozar de los logros.
- Autoconfianza: es aquella creencia o convicción que tenemos de si somos capaces de realizar las cosas que nos proponemos, implica sentirnos seguros, de enfrentar distintos retos y buscar oportunidades para demostrar nuestras competencias y ponerlas en práctica.
- Autoafirmación: se define como la libertad de ser uno mismo y poder tomar decisiones para conducirse con autonomía y madurez. También alude a la capacidad de manifestarse abiertamente para expresar sentimientos.
- Autocontrol: significa poder manejarse y ordenarse en lo personal, organizándose apropiadamente en la vida, implica ejercer el cuidado personal, poder regularse emocionalmente.

- **Autorrealización:** se define como el desarrollo y la expresión adecuada de las capacidades de modo que la persona pueda vivir una vida satisfactoria para sí misma y para los demás.

### ***4.3.3 Autoestima y Salud Mental***

Beck (2000) denomina a las “creencias” como un marco de referencia que la persona utiliza para considerarse a sí misma, los demás, el mundo y sus experiencias de un modo característico. Estas son suposiciones silenciosas que se desarrollan a lo largo de la infancia, por la interacción con los progenitores y luego con el entorno social. Constituyen el núcleo de lo que somos, nuestros valores, nuestras creencias más firmes e inmovibles.

Las creencias nucleares poseen una cara positiva y otra negativa, en momentos de estrés psicológico suelen surgir las negativas. La mayoría de las personas suelen mantener durante toda su vida primordialmente creencias nucleares positivas. Estas creencias son la base para darle a las experiencias un significado característico.

Todos poseemos esas creencias que pueden permanecer inactivas a lo largo del tiempo, pero cuando hay situaciones que las activan, aquellas influyen la forma en que el individuo procesa la información e inhiben creencias más adaptativas para la situación específica. Estas son normales en todas las personas, pero pasa a ser patológica cuando existen conductas desadaptativas y rígidas que impiden el quehacer cotidiano.

En este sentido, Beck (2007) plantea que la persona puede generar un patrón de conducta de forma automática, que sea desadaptativo cuando se aferra fuertemente a las creencias básicas o nucleares, incluso, cuando se posee muchas pruebas sobre lo contrario. Cuando ocurre esto la persona se enfoca permanente y selectivamente en datos que confirman sus creencias negativas, ignorando y no reconociendo datos que las contradicen.

Beck (2007) las clasifica en tres categorías:

- La imposibilidad de ser querido: se valora en función del amor de otras personas, relación en término de aceptación o rechazo. Sensibilidad a la pérdida o al rechazo
- La incapacidad/desamparo o vulnerabilidad: la persona se ve a sí misma como frágil, vulnerable, incapaz, sin recursos, ve al mundo como amenazante. Hay una subestimación de los recursos personales para enfrentar x situación. Magnifica lo negativo, ignorando la capacidad para afrontar la situación.

El desamparo personal (falta de autoridad, vulnerabilidad, encierro, falta de control, debilidad, dependencia, indefensión)

La dificultad en la obtención de logros (incapacidad, fracaso, inferioridad): Se valora en función de los resultados obtenidos. Interpretan sus interacciones en torno a éxitos o fracasos. Incluye temas como el fracaso e inferioridad. Puede darse en caso de cuidadores críticos o sobreprotectores y exigente acerca de resultado logrado.

- No ser valioso

Además, Ballenato postula:

“Una autovaloración personal especialmente negativa puede aumentar nuestra vulnerabilidad a determinados trastornos y enfermedades, y tener repercusiones importantes en nuestra salud, tanto física como psicológica. La autoestima puede vincularse a patologías y manifestaciones tan diversas como la depresión, la ansiedad, la anorexia, el insomnio, los trastornos de personalidad, la inestabilidad emocional, y el retraimiento social.” (2006)

#### **4.3.4 Autoestima según Rosenberg**

Rosenberg (1990) fue uno de los primeros autores que señaló la necesidad de evaluar la autoestima en forma holística a través de instrumentos conformados por ítems que reflejan sentimientos generales del mismo sujeto.

En su obra “La Autoimagen del Adolescente y La Sociedad” pone en manifiesto la importancia del incremento de la conciencia e interés hacia la autoimagen que se genera en el estadio final de la adolescencia (juventud). Para el autor, dicha etapa se caracteriza por un periodo de ambigüedad, donde se origina la confusión acerca de sus responsabilidades sociales y su lugar dentro de la misma sociedad. Dicha ambigüedad se acentúa ya que los restos del pasado y el asomo del futuro, con decisiones sobre su propia vida, influyen dentro de su autoimagen. Es así, como el joven y su visión a futuro puede fluir hacia distintas direcciones, siempre desde lo que el individuo es y sus expectativas.

En este sentido, define a la autoimagen como:

“...una entidad misteriosa e indefinible. Según el punto de vista adoptado, en este trabajo, la autoimagen es una actitud hacia un objeto. (El término “actitud” posee alcances bastantes amplios; se lo emplea para designar hechos, opiniones, valores y orientaciones, favorables o desfavorables, respecto de sí mismo)...” (Rosenberg, 1990, p.19).

Retomando el concepto de autoimagen, plantea el concepto de “autoestima” como una actitud positiva o negativa hacia sí mismo. La comprende como un fenómeno creado por variables tanto sociales, culturales, como así también, institucionales, dando así, un proceso de comparación que involucra valores y discrepancias. El nivel de autoestima de las personas se relaciona con la percepción de sí mismo en comparación con los valores personales.

Estos valores fundamentales se proporcionan a través del proceso de socialización. Es así como, cuando se habla de una autoestima alta, se hace inferencia hacia el respeto y la estima que posee el individuo sobre sí mismo, reconociendo sus limitaciones y con

expectativas hacia el crecimiento personal, en contraposición, una baja autoestima se relaciona con la propia insatisfacción y la falta de respeto hacia sí mismo. Cuanto menor sea la distancia entre las expectativas e ideales personales, entre el contexto real y las distorsiones cognitivas propias de esos ideales, mayor será la autoestima. Por el contrario, a mayor distancia, menor autoestima.

Además, Rosenberg (1990) presenta como objetivo principal del estudio de la autoestima el especificar la influencia que posee sobre factores sociales como el nivel socioeconómico. En dicho estudio se concluyó que las diferencias de clase influyen en los niveles de autoestima de los varones más que las mujeres. Mientras que los varones de clase alta tienen una autoestima elevada con mayor frecuencia que los de clase baja, en cambio, en las mujeres de clase elevada no se encontraron tantas diferencias entre la clase elevada y baja.

## **Capítulo 5: Marco Metodológico**

### **5.1 Área de estudio**

La ciudad de Rosario está ubicada en la provincia de Santa Fe, en el centro-este de Argentina. Es la tercera ciudad más poblada de ese país, después de Buenos Aires y Córdoba. Además, es conocida como la Cuna de la Bandera, siendo su edificación más conocida el Monumento a la Bandera.

Según el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas de 2010 su cantidad de habitantes es de 948.312, sin embargo por un estimado realizado en el 2018 esta cifra ascendió a los 995.497 de habitantes, siendo de aquellos el 52,5% mujeres y el 47,5% varones. De aquellos se encuentran aproximadamente 44 mil jóvenes de entre 18 y 25 años del sexo masculino y 45 mil jóvenes del sexo femenino.

### **5.2 Enfoque metodológico**

Desde la perspectiva de Sampieri (2014) esta investigación consta de un enfoque mixto, dado que implica la recolección y análisis de datos tanto cualitativos como cuantitativos para su posible integración y discusión en conjunto. Es así como, para la recolección de datos se utilizó una medición numérica, combinado con el análisis estadístico, para luego realizar un análisis cualitativo de las respuestas que brindaron las personas encuestados.

### **5.3 Tipo de estudio**

Esta investigación clasifica como un estudio de tipo descriptivo ya que se pretende describir una situación o determinados hechos, es decir, cómo funciona un determinado fenómeno y cómo se manifiesta. Además, intenta identificar atributos importantes de individuos, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno analizado (Sampieri, 2014).

## **5.4 Diseño de investigación**

El presente estudio, y continuando con las ideas de Sampieri (2014), cuenta con un diseño no experimental debido a que los fenómenos se observan tal como ocurren en su contexto natural, sin la manipulación de las variables. Se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. Además, es una investigación del tipo transversal ya que los datos son recabados en una sola oportunidad, con el propósito de describir la relación entre las variables planteadas en un momento determinado.

Se procedió únicamente a analizar las respuestas de los cuestionarios online y posteriormente, realizar un análisis de los datos recogidos.

## **5.4 Definición conceptual y operacional de las variables**

Las variables principales de la investigación fueron la autoestima y la motivación medidas en base a una constante, el desempleo generado por los obstáculos y facilitadores del mercado laboral para conocer su influencia.

### **5.4.1 Autoestima**

Definición conceptual: Autoestima definida como una actitud positiva o negativa hacia sí mismo. (Rosenberg, 1990)

Definición operacional: El constructo autoestima no se compone por dimensiones específicas. La escala cuenta con una serie de 10 indicadores que serán analizados de manera cuantitativa y, según la suma de estos, se podrá inferir que la persona tiene un nivel de autoestima elevado, medio o bajo.

Dicha escala es del tipo Likert, que cuenta con 10 ítems en forma de afirmaciones sobre pensamientos valorativos que tiene la persona, las cuales el sujeto debe valorar según su nivel de acuerdo o desacuerdo. Para realizar la puntuación, las opciones de respuesta van

de los ítems 1 al 5, las respuestas desde “Muy de acuerdo” a “Muy en desacuerdo” se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas desde “Muy de acuerdo” a “Muy en desacuerdo” se puntúan de 1 a 4.

#### **5.4.2 Motivación**

Definición conceptual: La motivación es definida como aquello que provee de propósito o sentido al comportamiento, que puede ser del tipo interno (generada por la propia persona) o externo (APA, 2019).

Definición operacional: Según la teoría de McClelland, el constructo motivación está compuesto por tres dimensiones específicas: afiliación, poder y logro. A su vez, cada una de estas dimensiones cuenta con indicadores específicos que se analizarán de forma cuantitativa. El cuestionario posee un total de 53 ítems, donde cada afirmación o situación específica cuenta con tres posibles respuestas de las cuales se debe elegir solo una y a cada dimensión se le asigna una de las tres posibles respuestas. De acuerdo a las respuestas que brinde la persona, se le asignará un valor de 1 en su presencia y de 0 en su ausencia según esté incluida o no dentro de la categoría del instrumento.

#### **5.8 Población:**

La población seleccionada para el presente estudio se encuentra conformada por jóvenes adultos, de entre 18 y 25 años de edad, residentes actuales de la ciudad de Rosario.

#### **5.9 Muestra:**

La muestra para dicho estudio ha sido no probabilística, es decir, que la selección de los participantes no permite que todos posean las mismas oportunidades de selección, ya que en este tipo de muestreo prevalecen aquellos individuos que cumplen con una cierta

característica beneficiosa para la investigación, en este caso, la edad y su residencia en la ciudad de Rosario.

Por conveniencia ya que fueron seleccionados individuos disponibles a los cuales se tuvo acceso de forma rápida.

Es una muestra homogénea, ya que las unidades de estudio poseen un mismo perfil o características, en este caso participaron 82 jóvenes adultos de entre 18 y 25 años de la ciudad de Rosario.

### **5.10 Técnicas de recolección de datos:**

En cuanto a la recolección de datos, se decidió utilizar un cuestionario de auto administración (ver Anexo), con el objetivo de proporcionar una mejor comprensión de los significados y experiencias de las personas. Este cuestionario consta de una serie de preguntas cerradas (con opciones de respuesta ya dispuestas previamente y la opción de agregar alguna diferente a las ya establecidas) y preguntas abiertas desarrolladas por la autora de la investigación (para la libre expresión), en las cuales las respuestas debían ser cortas. Se define como cuestionario a aquel que plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas.

Además se utilizaron dos escalas con el fin de analizar los niveles de autoestima y motivación de forma cuantitativa.

### **5.11 Instrumentos**

Se utilizó un cuestionario desarrollado por la autora el cual ha sido elaborado en cinco secciones:

- La primera sección, destinada a brindar un consentimiento informado sobre la investigación.

- La segunda sección, destinada a recabar datos sobre la edad, género, nivel socioeconómico, nivel académico y rutina extracurricular de los encuestados
- La tercera sección, dirigida a identificar, con preguntas abiertas y cerradas, características del mercado laboral, obstáculos y facilitadores que se encuentran en la búsqueda laboral y su relación con su visión a futuro.
- La cuarta sección, utilizada para administrar una escala de Autoestima de Rosenberg, con el objetivo de medir los niveles de autoestima en la muestra de participantes.
- La quinta sección, utilizada para administrar el Cuestionario McClelland, con el fin de indagar el perfil motivacional de los encuestados.

Además se utilizaron dos escalas. La primera es la escala de Autoestima de Rosenberg, la cual se utiliza para medir los niveles de autoestima, cómo se valora la persona y su grado de autosatisfacción. Consta de 10 preguntas, cuyos contenidos se centran en los sentimientos de respeto y aceptación de sí mismo/a, puntuables entre 1 y 4 puntos, lo que permite obtener una puntuación mínima de 10 y máxima de 40. Las primeras cinco afirmaciones están realizadas de manera positiva mientras que el resto están formuladas de forma negativa.

De los ítems 1 al 5, las respuestas desde “Muy de acuerdo” a “Muy en desacuerdo” se puntúan de 4 a 1. De los ítems del 6 al 10, las respuestas desde “Muy de acuerdo” a “Muy en desacuerdo” se puntúan de 1 a 4.

- De 30 a 40 puntos: Autoestima elevada. Considerada como autoestima normal.
- De 26 a 29 puntos: Autoestima media. No presenta problemas de autoestima graves, pero es conveniente mejorarla.
- Menos de 25 puntos: Autoestima baja. Existen problemas significativos de autoestima.

La segunda escala utilizada fue la de David McClelland, dicho cuestionario fue creado por David Clarence McClelland (1917-1998), el cual tiene como objetivo evaluar el grado de motivación en cada una de las escalas correspondientes: logro, poder y afiliación. Estos van a determinar, cómo son las personas, o cual es el motivo que los impulsa a hacer algo. En ello se va a reflejar, sus interés y deseos que tengan.

La duración es de carácter variable según el tiempo que requiera cada persona. Además, este instrumento consta con 53 ítems o reactivos obteniendo 1 punto por respuesta, con una puntuación mínima de 0 y máxima de 53, ubicados en 3 escalas: Logro, Poder y Afiliación, las cuales obtendrán un determinado rango de acuerdo al puntaje establecido. Es decir que si obtiene una puntuación de 0 a 20 significa un nivel bajo de motivación, de 21 a 30 puntos un nivel moderado, de 31 a 45 un nivel alto y de 46 en adelante un nivel dominante.

### **5.12 Procedimiento**

Para la recopilación de datos, se decidió crear un formulario de Google para poder emplear los instrumentos, con el fin difundirlo y así obtener la información necesaria para el trabajo, de manera fácil y rápida.

Una vez diseñado el formulario, se procedió a realizar una prueba piloto con la finalidad de conocer, según la percepción de las personas, si es que había algo a modificar en cuanto a redacción, claridad de conceptos, entre otros. De esta manera, se compartió el link a 20 personas y, la gran mayoría comprendió la finalidad de lo que se buscaba y realizaron algunas sugerencias en base a la elección de algunas opciones en torno al eje de los facilitadores y los obstáculos.

Posteriormente, se compartió el link a través de la aplicación de red social “Instagram” y vía WhatsApp, publicando los requisitos para poder participar de la investigación.

Al ingresar al enlace, lo primero que se encontraban las personas que decidían participar fue el consentimiento informado (que debía ser sí o sí aceptado para poder continuar a las secciones de respuesta de los instrumentos), así como también la información sobre el tema de investigación y sus objetivos.

Luego, a medida que la persona iba respondiendo avanzaba a diferentes secciones, cada una contenía preguntas o escalas específicas para indagar cada variable del trabajo. Al finalizar se enviaba el formulario.

### **5.13 Consideraciones éticas**

Los participantes del estudio han sido debidamente informados sobre los alcances y objetivos, donde, además, se ha solicitado su participación de forma voluntaria y garantizando la confidencialidad y anonimato de sus datos. Además, se han proporcionado un medio de contacto para proporcionar más información y/o resultados a todos los interesados.

## Capítulo 6: Resultados y análisis de datos

Con el propósito de responder a los objetivos que han guiado la presente investigación se ha decidido analizar los cuestionarios a través de tres dimensiones:

- a. Obstáculos y Facilitadores que se presentan a la hora de buscar empleo.
- b. Niveles de autoestima en jóvenes adultos
- c. Niveles de motivación en jóvenes adultos
- d. Obstáculos y Facilitadores en la búsqueda laboral y su influencia en la motivación y los niveles de autoestima.

Para dar inicio a este análisis, se debe comentar que la muestra obtenida para dicha investigación consta de 82 participantes residentes de la ciudad de Rosario, con una edad de entre 18 y 25 años. Del total de la muestra, se ha podido observar una prevalencia del sexo femenino (el 57%) ante el sexo masculino (el 43%).

Dentro de estos datos socio demográficos, como se visualiza en la Tabla 1, se indagó sobre los niveles socioeconómicos y educativos de los participantes. Con respecto al primer punto, se obtuvo que del total de la muestra, el 57% pertenece a la clase “Media”, seguida por la clase “Media Alta” con un 24%, en tercer lugar la clase “Media Baja” con un 13% y en última posición se encuentran clases “Alta” y “Baja” con un 2% respectivamente.

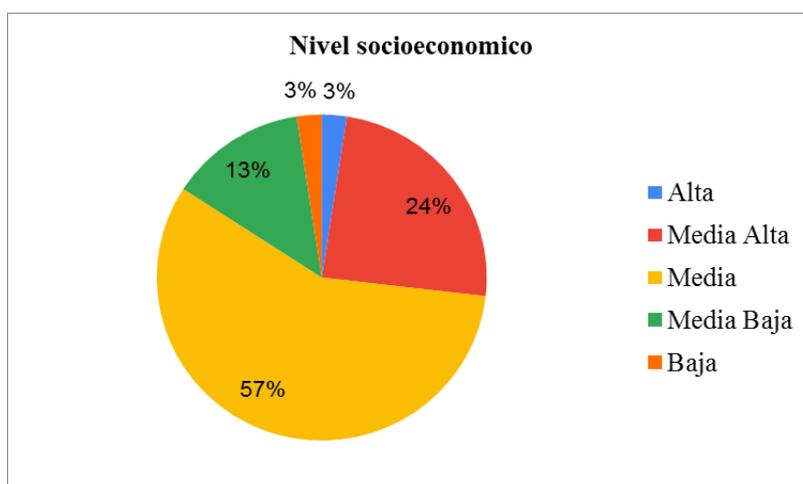


Tabla 1

Con respecto al nivel educativo, el 70% de la muestra refirió estar cursando estudios Universitarios actualmente, seguido por un 13% quienes no se encuentran cursando estudios actualmente. En contraposición, el 12% de los participantes se encuentra cursando estudios Terciarios, seguido por los cursos de Posgrado con un 4% y en última posición la Escuela Secundaria con un 1%.

Además, se profundizó sobre si los participantes realizaban algún tipo de actividad que les genere bienestar, siendo que estas podían ser: reuniones sociales con sus amigos, deportes, videojuegos, lectura, entre otros. Aquellas se analizaron en función de la cantidad de actividades realizadas. Como se muestra en la Tabla 2, el 41% del total de la muestra realizan 2 actividades a elección, seguida por una actividad con un 27 %, en tercer lugar los que realizan tres actividades o más con un 24% y en última posición aquellos que no realizan ninguna actividad con un 7% del total de la muestra.

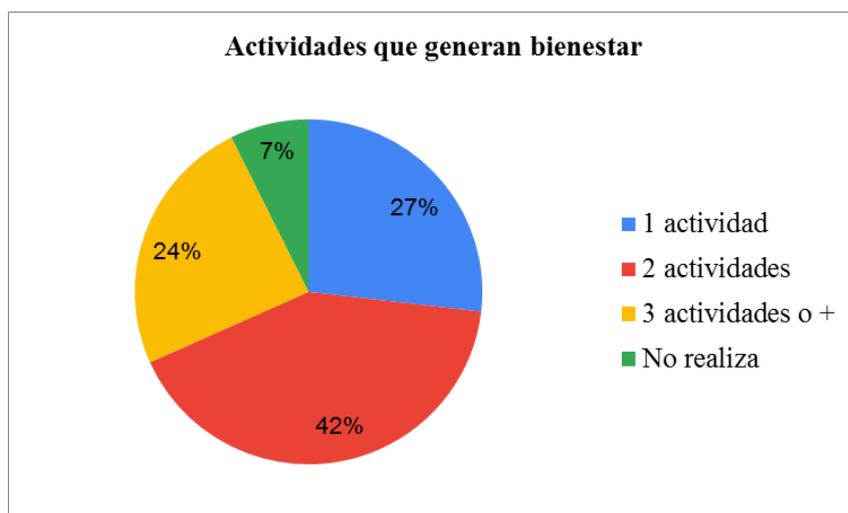


Tabla 2

### **Obstáculos y Facilitadores que se presentan a la hora de buscar empleo.**

A raíz de los datos obtenidos con respecto a los Obstáculos, entendiéndose como tales a todo impedimento, dificultad o inconveniente que se presentan en determinadas situaciones (RAE, 2022), presentes a la hora de la búsqueda de empleo, y como muy bien se puede

apreciar en la Tabla 3, se ha podido observar que el 77% (63 personas) de la muestra manifiesta que la falta de experiencia es el obstáculo primordial, seguido por la falta de conocimientos teóricos relacionados con área a aplicar, con un 12% (10 personas). Asimismo, los demás obstáculos refieren a las características personales (género, discapacidad, diagnóstico psicológico, condición médica, entre otros) sumando el 6% (5 personas), seguido por la baja/pobre/insignificante remuneración ofrecida y la falta de conocimientos sobre las características de la empresa, con el 2% respectivamente (2 personas cada uno).

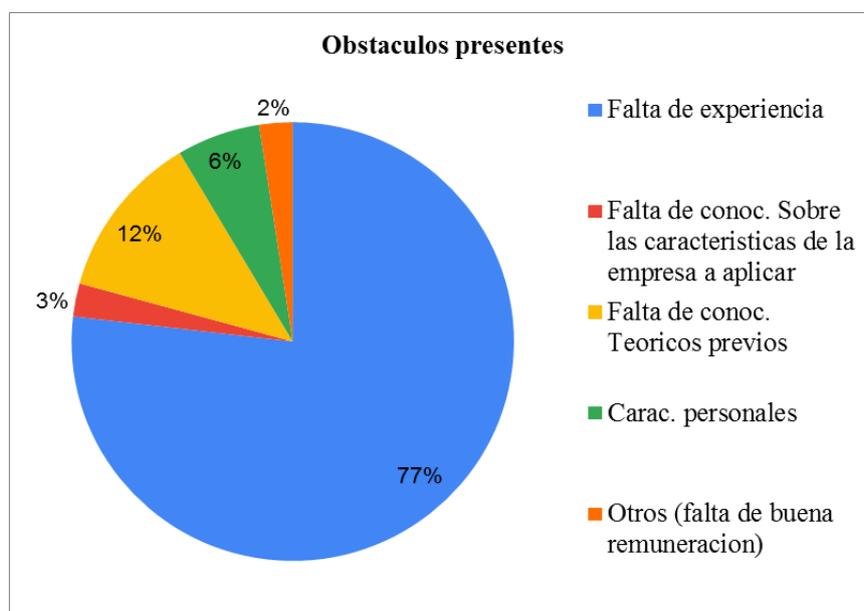


Tabla 3

En relación con estos obstáculos descritos, la totalidad de la muestra (el 100%) describió que se generan los siguientes pensamientos o sentimientos negativos descritos en la Tabla 4: la frustración con el 40% (33 personas), enojo con un 17% (14 personas), estancamiento con un 12% (10 personas), incertidumbre con un 9% (7 personas), el cansancio y la angustia con un 5%, (4 personas cada una) la impotencia y desmotivación con un 4% (3 personas cada una), seguido por la decepción e indignación con un 2% (2 personas).

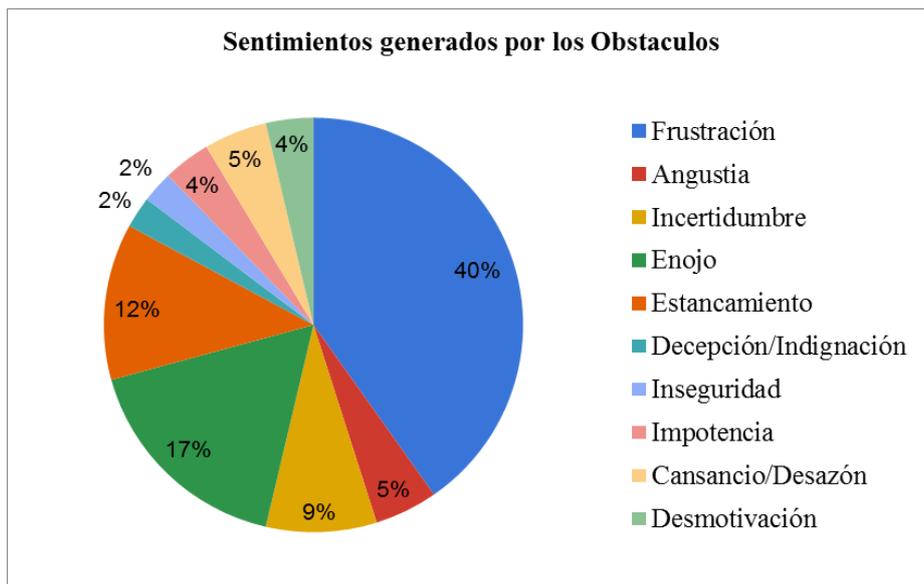


Tabla 4

En contraposición con los obstáculos anteriormente mencionados, como se visualiza en la Tabla 5 se presentan distintos Facilitadores, los cuales según la RAE (2022) es todo aquello que posibilite la ejecución de algo, o la consecución de un fin. Entre los más frecuentes, los participantes indicaron que los contactos personales (personas conocidas dentro del rubro que nos recomienden e influyan en la elección del puesto de trabajo) suelen ser valorados como el mayor facilitador, constituyendo el 63% del total de la muestra (52 personas), la experiencia laboral previa un 23% (19 personas), los conocimientos teóricos previos un 11% (9 personas), y todas ellas presentes sin discriminación constituyen el 2% (2 personas).

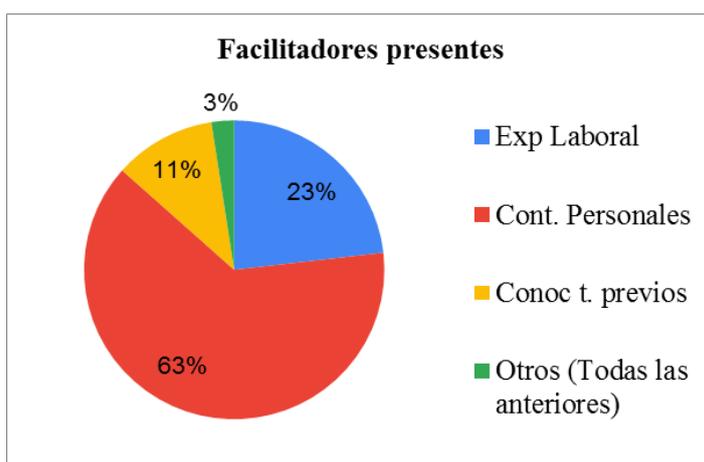


Tabla 5

En relación con estos facilitadores descriptos, en la Tabla 6 se presenta como de la totalidad de la muestra, el 54% (45 personas) describió que se generan pensamientos o sentimientos negativos, en cambio, el 46% son positivos (38 personas). Dentro de los negativos se encontraron tales como: injusticia, decepción, angustia, indignación, incertidumbre, entre otros. En cambio los pensamientos o sentimientos positivos fueron los siguientes: motivación, felicidad, alivio, seguridad, tranquilidad, alegría, entre otros.

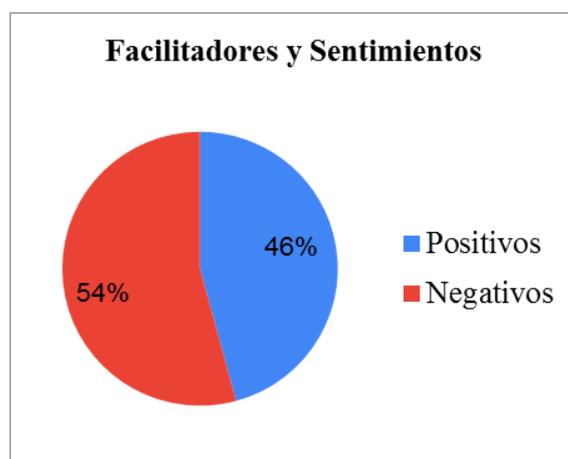


Tabla 6

Con el propósito de indagar distintos escenarios del mercado laboral, se presentaron tres posibles situaciones ante la entrega del Curriculum Vitae, de las cuales, como se expone en la Tabla 7, los resultados son: “Lo reciben y no me contactan” con 50% (41 personas), “Lo reciben, me contactan (para la entrevista) y quedan en llamarme” con un 28% (23 personas), y “lo reciben, me contactan (para la entrevista) y no quedo en la selección” con un 22% (18 personas). A continuación, en la Tabla 7 se exponen dichos resultados.

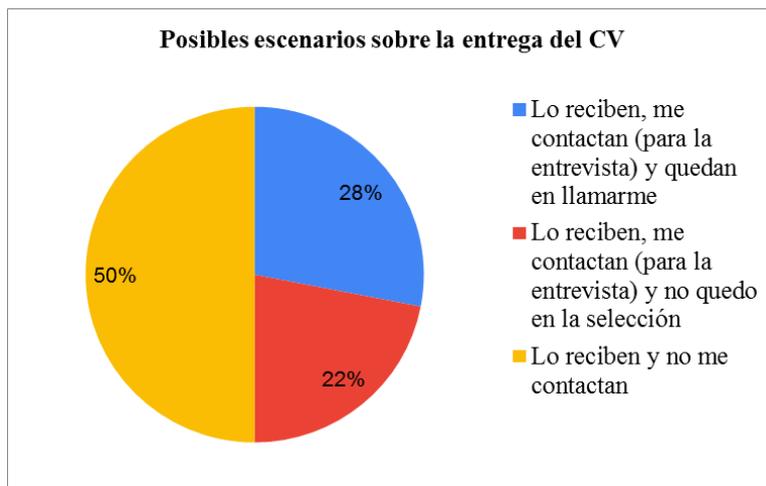


Tabla 7

Además, se consultó a los participantes cómo influye el mercado laboral actual en su visión a futuro. Con respecto a esto, surge que el 95% del total de la muestra (78 personas) posee una visión negativa (pesimismo), y el 5 % una visión positiva (optimismo) en cuanto a este (4 personas). Con base en esto, se investigó sobre la posibilidad de emigración para la búsqueda de empleo en otros lugares fuera del país, donde las respuestas fueron en un 79% del total de la muestra positivas (65 personas) y en un 21% negativas (17 personas).

### **Niveles de autoestima en jóvenes adultos**

Con respecto a la variable autoestima, para su medición se utilizó la Escala de Rosenberg, quien plantea el concepto de “autoestima” como una actitud positiva o negativa hacia sí mismo. En dicha escala, según el puntaje explicado anteriormente, se clasifica la autoestima como: Elevada, Media o Baja. A continuación, la Tabla 8 expone los niveles de autoestima hallados en la muestra de 82 jóvenes y el porcentaje que ocupa en relación a los mismos.

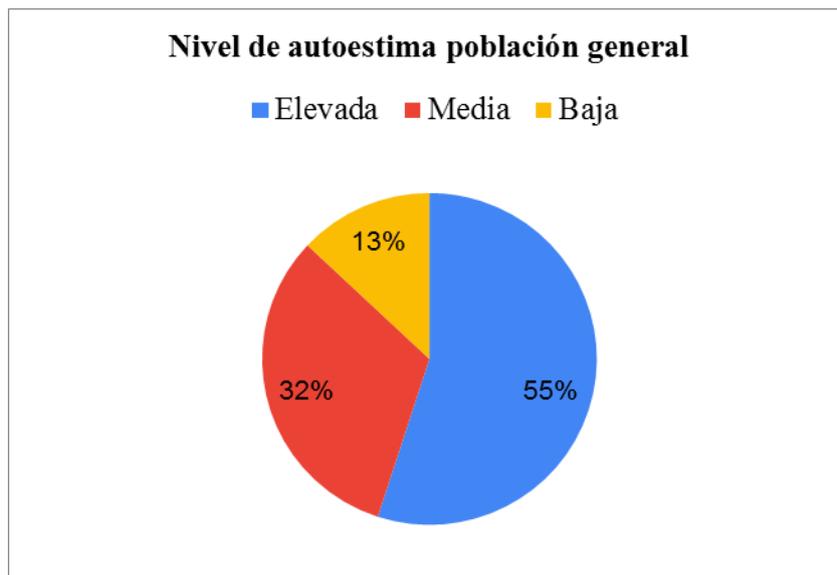


Tabla 8

Como se muestra en la Tabla 8, el 55% del total de la muestra (45 personas) poseen un autoestima elevada, seguida por un autoestima media con un 32% (26 personas), en última posición con un 13% del total de la muestra (11 personas) aquellas que poseen un autoestima del tipo baja.

En función de los datos socio demográficos y los niveles de autoestima, se puede observar cómo, en lo que respecta al sexo femenino, el 57% del total de la muestra (27 personas) poseen un autoestima elevada, seguida por el 32% (15 personas) con autoestima media y en última posición con un 11% (5 personas) del total de la muestra presentan un autoestima del tipo baja. Estos datos se asemejan a los del sexo masculino, donde el 51% del total de la muestra (18 personas) presentan un autoestima elevada, seguido por el 31% (11 personas) con un autoestima media y por último con un 17% (6 personas) aquellos que poseen un autoestima baja. A continuación, la Tabla 9 expone dicha similitud entre los datos obtenidos.

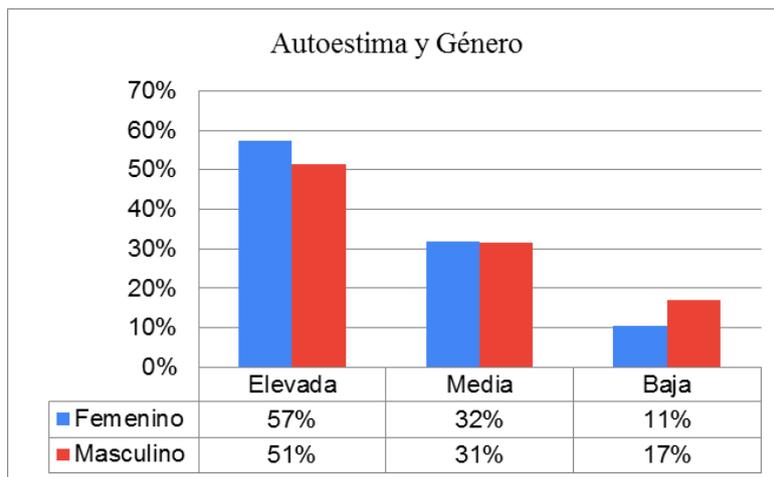


Tabla 9

En cuanto a su relación con la edad, entre los 18 y 22 años, se puede observar una tendencia hacia un autoestima del tipo elevada, sin embargo entre los 23 y 25 años comienza a descender hacia un nivel medio, en cambio, en lo relacionado a los niveles educativos, estos presentan una tendencia hacia una autoestima del tipo elevada.

En cuanto al nivel socioeconómico, se puede observar una relación directamente proporcional entre los niveles de autoestima y la clase social a la cual se pertenece, siendo que a mayor nivel económico mayores niveles de autoestima, y viceversa. Esto en relación con lo investigado por Rosenberg (1990) concuerda en base a los niveles sociales, en tanto que los de clase alta poseen un nivel de autoestima elevada con mayor frecuencia que los de clase baja, sin embargo difiere en cuanto al sexo, dado que en este caso los niveles de autoestima en ambos son similares. Estos datos nos permiten visualizar que no se puede analizar aisladamente, sino que dependen uno del otro, de forma interrelacionada.

Además, a través de los datos recogidos, como se puede visualizar en la tabla 10, se puede inferir que el nivel de actividades que generan bienestar, como lo son: el deporte, lectura, salidas sociales, juegos en línea, siendo estos los más populares en la elección de respuestas posee relación directa con los niveles de autoestima, siendo que el 50% de

aquellos que realizan al menos una actividad (11 personas) poseen un autoestima elevada y el 27% (6 personas) un autoestima media y en último lugar con un 23% (5 personas) se encuentran los que presentan un autoestima baja. De los que realizan 2 actividades, 56% del total (19 personas) presenta un autoestima elevada y el 32% (11 personas) un autoestima media, siendo que los restantes en un 12% (4 personas) presentan un autoestima baja. Además, aquellos que realizan tres actividades o más se encontró que el 60% del total de la muestra presenta una autoestima elevada (12 personas), el 30% (6 personas) un autoestima media y el 10% (2 personas) un autoestima baja. En lo que respecta a aquellos que no realizan actividades se obtuvo que el 50% del total de la muestra (3 personas) posee un autoestima elevada y el otro 50% (3 personas) posee un autoestima media, sin embargo, en base a estos últimos resultados hay que tener en cuenta la poca cantidad de personas para su posible generalización.

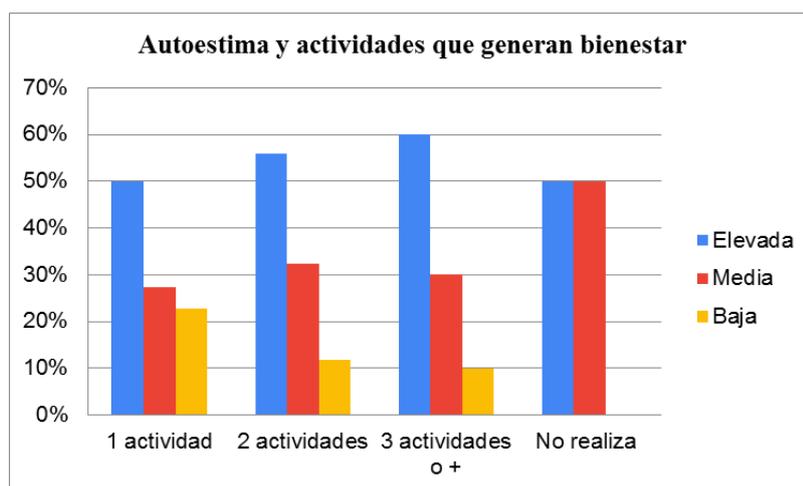


Tabla 10

### Niveles de Motivación

Con el propósito de medir la variable motivación, se utilizó el Cuestionario de McClelland, quien desarrolla la Teoría de las Necesidades Adquiridas. En ella se plantea la existencia de tres tipos de necesidades comunes en cualquier persona, que dirigen su forma de relacionarse socialmente, las cuales son: Necesidad de Logro, Necesidad de Poder, y

Necesidad de Afiliación. Aquellos que presentan en mayor medida una necesidad de logro poseen como características principales el compromiso, la proposición de metas de forma calculada y posibles de alcanzar, y asumen riesgos, además, prefieren trabajar solas que en compañía de otras personas.

Los que presentan en mayor medida la necesidad de poder: presentan una necesidad por ser reconocidos socialmente e influir y dirigir a los demás. Se puede presentar de dos formas: como poder socializado, los cuales tienden a preocuparse más por las demás, mientras que, quienes tienen una alta motivación de poder personal pretenden obtener los máximos beneficios para uno mismo.

La tercera clase de necesidad que plantea McClelland es la necesidad de afiliación. Estas personas presentan el deseo de relacionarse con los demás y crear buenas relaciones interpersonales con otros, perteneciendo a diversos grupos sociales y siendo valorado por ellos. Prefieren la colaboración y conocer las diversas opiniones del resto. Este autor en su teoría manifiesta que toda persona presenta los tres tipos de necesidades, sin embargo, siempre hay una que prevalece sobre las dos restantes. A continuación, la Tabla 11 expone los niveles de motivación hallados en la muestra de 82 jóvenes y el porcentaje que ocupa en relación a los mismos.

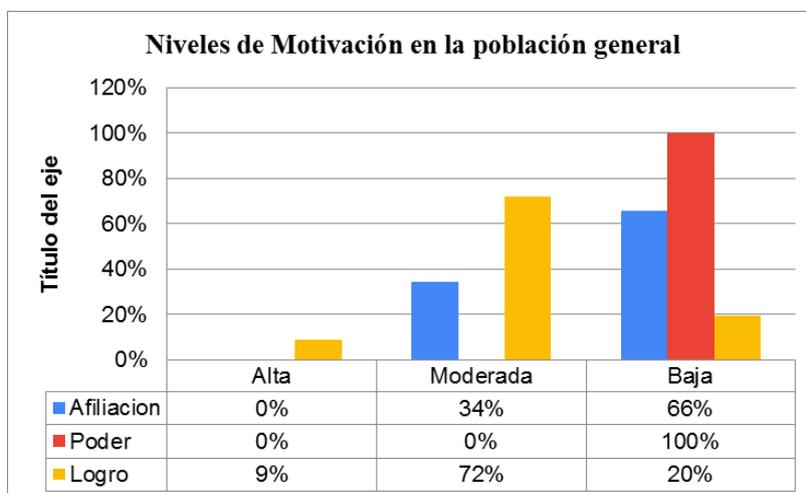


Tabla 11

Como se puede observar el tipo de motivación más preponderante obtenido en la muestra es la Necesidad de Logro en un rango Alto, con un 9% del total de la muestra (7 personas), un rango Moderado en un 72% del total de la muestra (59 personas), y Bajo del 20% (16 personas) en detrimento de la Necesidad de Afiliación en el rango moderado con un 34% (28 personas) y Bajo con un 66% (54 personas) y la Necesidad de Poder con la totalidad de la muestra en su nivel más bajo 100% (82 personas).

En función de los datos socio demográficos y los niveles de motivación, existe una similitud entre los datos obtenidos en participantes tanto femeninos como masculinos, de todas las edades y niveles académicos, donde se puede observar que, independiente de aquellos últimos, existe una tendencia hacia la Necesidad de Logro, la cual se muestra como la más prevalente dentro de la muestra. En cuanto al género, el 79% del total de la muestra en participantes femeninos y el 63% del total de la muestra en participantes masculino presentan una motivación de logro del tipo Moderada, en detrimento de las dos restantes (necesidad de afiliación y de poder) y similares resultados se presentan en todas las edades, donde la necesidad de Logro es la que prevalece.

En cuanto a los niveles socioeconómicos se observa una tendencia hacia la Necesidad de Logro como prevalente ante las otras dos constitutivas (Necesidad de Poder y de Afiliación) en los niveles económicos altos, sin embargo, en la clase Baja se puede observar como la Necesidad de Afiliación es la más significativa dentro de la muestra correspondiente a dicha clase social.

### **Obstáculos y Facilitadores en la búsqueda laboral y su influencia en los niveles de Autoestima.**

En cuanto a los obstáculos presentes en la búsqueda laboral y su relación con la autoestima, se puede observar que el 49% (40 personas) del total de la muestra presenta una autoestima del tipo elevada, el 32% (26 personas) un autoestima del tipo media, y en un 20%

(16 personas) un autoestima baja. Esto puede inferir que los niveles de autoestima no se modifican en presencia de dichos obstáculos como pueden ser la falta de experiencia, características personales, falta de conocimientos teóricos, entre otros. De la misma forma ocurre con los sentimientos y pensamientos que estos generan en los participantes, teniendo en cuenta que a la mayoría son de carácter negativo, no se observa relación alguna entre éstos y los niveles de autoestima, dado que en un 55% del total de la muestra (45 personas) presentan un autoestima elevada, un 32% (26 personas) un autoestima media y el 13% (11 personas) presentan un autoestima baja. A continuación, la tabla 12 respalda lo dicho anteriormente.

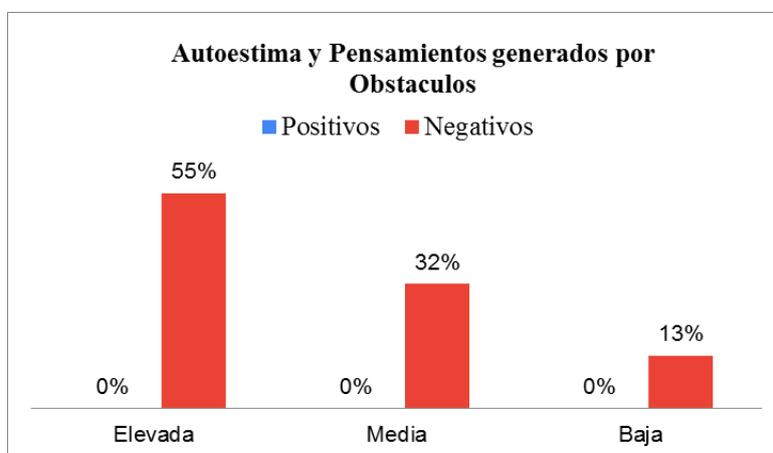


Tabla 12

A su vez, en relación con los facilitadores presentes a la hora de buscar un empleo, podemos observar cómo estos no influyen directamente sobre la autoestima siendo que el 55% del total de la muestra (45 personas) poseen un autoestima del tipo elevada, seguido por el 32% (26 personas) con autoestima media y con un 13% (11 personas) que presentan autoestima baja). Esto puede inferir que los niveles de autoestima no influyen de manera contundente en la relación entre variables.

En línea con lo anterior y los sentimientos y pensamientos que estos últimos provocan, se observa que dichos no presentan una relación directa con los niveles de autoestima, ya que independientemente de ser tanto positivos como negativos, los participantes mantuvieron una autoestima elevada y media en contraposición de una baja en presencia de ellos. Dentro de los sentimientos y pensamientos positivos el 54% del total de muestra (20 personas) presenta una autoestima elevada, el 38% (14 personas) una autoestima media y el 8% (3 personas) una autoestima baja. De forma similar en los casos negativos, el 56% (25 personas) presenta una autoestima elevada, el 27% (12 personas) una autoestima media y el 18% (8 personas) una autoestima baja, como se explica en la Tabla 13.

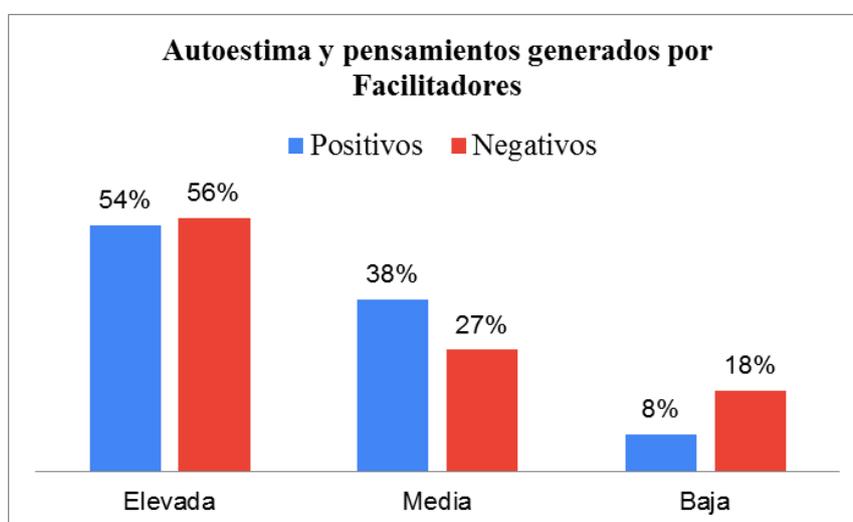


Tabla 13

Además, en cuanto la visión del futuro y el autoestima, no se observa relación alguna, independientemente de ser esta positiva o negativa, ya que, según la Tabla 14 el 55% del total de la muestra (45 personas) poseen un autoestima del tipo elevada, seguido por el 32% (26 personas) con autoestima media y con un 13% (11 personas) que presentan autoestima baja.

Lo mismo ocurre en cuanto al autoestima y la posibilidad de emigración, ya que independientemente de su respuesta positiva o negativa los resultados, obtenidos muestran

que el 55% del total de la muestra (45 personas) poseen un autoestima del tipo elevada, seguido por el 30% (25 personas) con autoestima media y con un 15% (12 personas) que presentan autoestima baja).

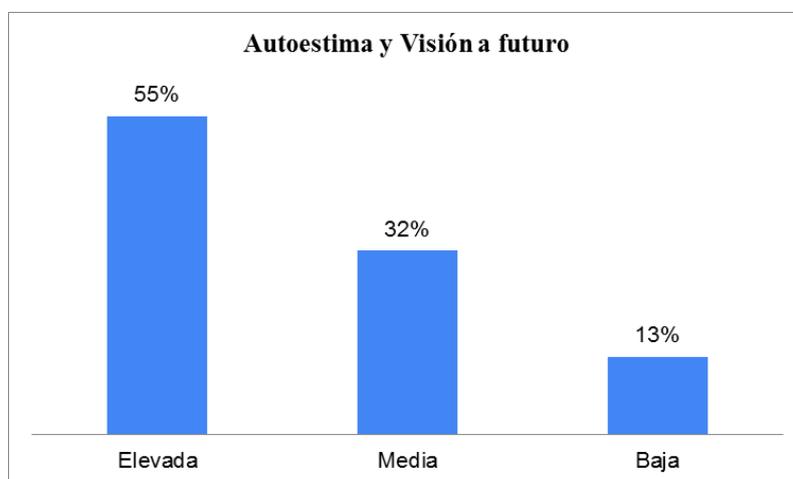


Tabla 14

### **Obstáculos y Facilitadores en la búsqueda laboral y su influencia en los niveles de Motivación**

Teniendo en cuenta lo explicitado anteriormente en cuanto a que en la teoría de McClelland la persona presenta los tres tipos de necesidades, sin embargo, siempre hay una que prevalece sobre las dos restantes, los resultados fueron los siguientes (tabla 15) en relación con los obstáculos y facilitadores presentes en la búsqueda laboral.

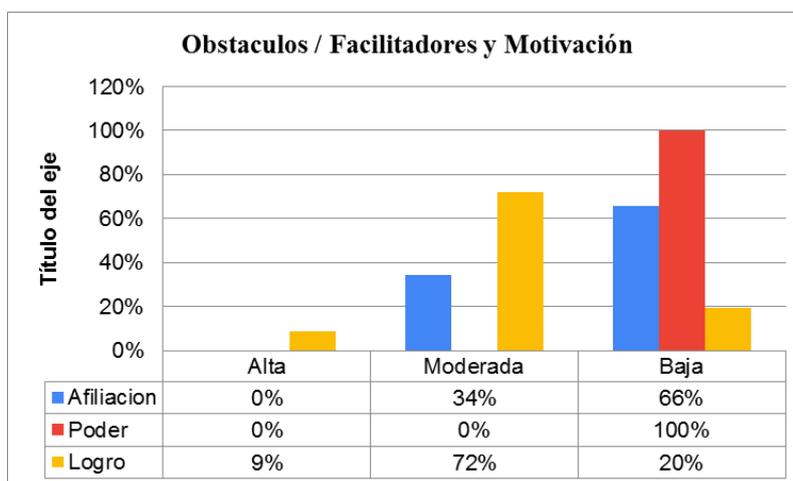


Tabla 15

En dicha tabla se pueden observar resultados similares a los niveles de motivación generales de la población, donde el tipo de motivación más preponderante obtenido en la muestra es la Necesidad de Logro en un rango Alto, con un 9% del total de la muestra (7 personas), un rango Moderado en un 72% del total de la muestra (59 personas), y Bajo del 20% (16 personas) en detrimento de la Necesidad de Afiliación en el rango moderado con un 34% (28 personas) y Bajo con un 66% (54 personas) y la Necesidad de Poder con la totalidad de la muestra en su nivel más bajo 100% (82 personas). Esto plantea que, teniendo en cuenta que esta investigación es sobre participantes desempleados en busca de trabajo, los obstáculos y facilitadores presentes a la hora de una búsqueda laboral no influyen en los niveles de motivación, siendo la Necesidad de Logro aún la más preponderante.

En cuanto a los sentimientos y pensamientos que estos provocan, se puede observar iguales resultados a los anteriormente mencionados, siendo que, en relación a los obstáculos, estos sentimientos sean en su mayoría negativos, no influyen en los niveles de motivación, siendo la Necesidad de Logro la más dominante. En relación a los facilitadores, la situación es similar, ya que a pesar de ser positivos o negativos estos sentimientos, la necesidad de logro se observa como la más destacada. En los sentimientos positivos, generados por los facilitadores, los resultados arrojaron que en relación a este tipo de motivación, se presentan en un 13% (5 personas) Alta, un 79% (30 personas) Moderada y en un 8% 3(personas) Baja. De igual forma, en los sentimientos negativos se presentan en un 4% (2 personas) Alta, un 67% (30 personas) Moderada y en un 29% (13 personas) Baja.

Además, en cuanto la visión del futuro y el motivación, a pesar de que estas opiniones sean en su mayor parte negativas 95% (78 personas), se puede observar como la Necesidad de Logro sigue siendo la más dominante en un 8% (6 personas) Alta, 72% (56 personas) Moderada y 21% (16 personas) Baja.

Lo mismo ocurre en cuanto a la motivación y la posibilidad de emigración, ya que independientemente de su respuesta positiva o negativa los resultados manifiestan una preponderancia en la Necesidad de Logro en disminución de la Necesidad de Afiliación y de Poder.

## CAPÍTULO 7: Conclusiones

El presente trabajo de investigación ha tenido como finalidad describir la influencia de los obstáculos y facilitadores del mercado actual laboral en la motivación y autoestima de los jóvenes adultos. Para llevarlo a cabo se seleccionó una muestra de 82 personas, de entre 18 y 25 años, con el objetivo de clasificar obstáculos y facilitadores que intervienen en búsqueda laboral, identificando como aquellos impactan en su autoestima y en la motivación

En primera instancia, se clasificaron los obstáculos y los facilitadores que intervienen en la obtención de un empleo. Como ya se ha descrito en el marco teórico, la Rae indica que los obstáculos se definen como un impedimento, o dificultad que se presenta en determinadas situaciones. A su vez, también define como facilitador a todo aquello que hace posible la ejecución de algo o la consecución de un fin. En este sentido en cuanto a los obstáculos, los resultados evidenciaron que lo que se presenta en mayor medida es la falta de experiencia y en segundo lugar, la falta de conocimientos teóricos relacionados con el área a aplicar. Por otro lado, dentro de los facilitadores presentes se pudo observar que los contactos personales (personas conocidas dentro del rubro que nos recomienden e influyan en la elección del puesto de trabajo) suelen ser valorados como el mayor facilitador, seguido por el hecho de poseer experiencia laboral previa, y en menor medida los conocimientos teóricos previos que pudiesen poseer.

Estos resultados evidenciaron concordancia con lo planteado por Weller (2003), quien destaca que la exclusión laboral para aquellos que no poseen contactos personales y la persistencia del mercado por buscar jóvenes con experiencia, se contraponen con la realidad de jóvenes de este rango etáreo que se encuentran en búsqueda de su primer trabajo.

También resultó relevante que, según los resultados obtenidos, es posible inferir a la inserción laboral como una de las principales problemáticas en la actualidad para esta población, donde la mayoría se topan con los obstáculos y facilitadores antes mencionados,

generando dificultades en el ingreso de ellos al mercado laboral, el cual es volátil y precario, lo que produce una contradicción entre las aspiraciones o expectativas individuales y la realidad económica y social. Es así como las empresas parecieran preferir contratar a alguien de confianza y de su círculo íntimo, dejando a un lado la oportunidad que se le puede brindar a aquella persona con experiencia previa en el puesto aunque sin estos contactos.

Además, se consultó a los participantes cómo influye el mercado laboral actual en su visión a futuro, teniendo en cuenta lo planteado por Corendo (2019) quien indica que el trabajo cumple la función de ser un organizador psíquico y, que ante la falta de éste, se produce un desestabilizamiento temporal que genera miedo e incertidumbre hacia el futuro. En este sentido se evidenció que el 95% del total de la muestra del presente estudio posee una visión negativa hacia el futuro, lo que conlleva a explorar otras posibilidades como la oportunidad de emigrar hacia distintos puntos con el fin de encontrar mayor salida laboral, y menos impedimentos que permitan el crecimiento profesional. Aquello concuerda con la investigación realizada por Kauth (2002) quien concluyó que más del 80% de los estudiantes al finalizar sus estudios tenían la intención de emigrar debido a opiniones negativas ante la situación del país. Es en relación a esta intención de explorar posibilidades emigrando hacia otros destinos que se decidió indagar su relación con la autoestima y la motivación, donde los resultados obtenidos permiten concluir que no pareciera haber una relación contundente frente a ello. Esto podría pensarse de esta manera ya que, aunque la mayor parte de los participantes poseen una visión negativa del futuro y se plantean la posibilidad de emigración, tienen una tendencia a mantener la autoestima elevada a pesar de este escenario actual laboral. En cambio, la visión negativa del futuro de estas personas, relacionada a los niveles de motivación, evidenciaron que la necesidad de logro continúa presente en todos los participantes. Podría inferirse de esta manera que las personas, al convivir con la actualidad

social, económica y política de nuestro país, muestran de forma contundente esta persistencia de los niveles de motivación en cuanto a logro, proyectando su futuro fuera del país.

Otro de los objetivos estuvo dirigido a determinar los niveles de autoestima de los participantes. En este sentido, Rosenberg (1990) plantea que aquellos que poseen una autoestima alta tienen una elevada estima sobre sí mismos, reconociendo sus limitaciones y expectativas sobre su crecimiento personal, y aquellos que poseen una autoestima baja poseen insatisfacción, rechazo y desprecio hacia sí mismos.

Los resultados indicaron que el 55% del total de la muestra presentan una autoestima elevada, el 32 % presentan una autoestima media, mientras que el 13% presenta una autoestima baja. Además se encontraron porcentajes similares en relación al género, infiriendo que este factor no es determinante para influir sobre esta variable.

En su relación con los niveles socioeconómicos, se pudo verificar que existe una relación directamente proporcional entre los niveles de autoestima y la clase social a la cual se pertenece, siendo que a mayor nivel económico mayores niveles de autoestima, y viceversa. Este resultado se relaciona con lo investigado por Rosenberg (1990), ya que en su estudio indaga la relación entre la autoestima y los niveles sociales, llegando a la conclusión de que las personas de clase social alta poseen un nivel de autoestima elevada con mayor frecuencia en comparación con las personas de clase baja. Sin embargo, en el presente trabajo de investigación se obtuvo como resultado la existencia de una diferencia en cuanto al sexo, dado que en este caso los niveles de autoestima en ambos son similares, y esto se podría inferir debido a que actualmente las mujeres por medio de determinados movimientos sociales han buscado la igualdad de condiciones tanto sociales como laborales.

Además, se consultó a los participantes sobre la realización de actividades que generen bienestar donde se pudo inferir que el nivel de actividades, como lo son: el deporte, lectura, salidas sociales, juegos en línea, siendo estos los más populares en la elección de

respuestas, posee relación directa con los niveles de autoestima. Esto puede ser afirmado ya que pareciera ser que las personas que realizan un mayor número de actividades que les brinden una sensación de bienestar tienden a poseer mayores niveles de autoestima.

En lo que respecta a la edad y los estudios académicos en el que se encuentran cursando actualmente, se puede inferir que el hecho de estudiar o no una carrera actualmente es independiente de los niveles de autoestima de las personas, sin embargo, se pudo observar una relación entre la autoestima y las edades ya que en los rangos etéreos de entre 18 y 22 años se puede observar una tendencia hacia un autoestima del tipo elevada, sin embargo a mayor edad comienza a descender hacia un nivel medio, lo cual, no presenta problemas graves pero es conveniente mejorarla.

En tercer lugar, el siguiente objetivo estuvo dirigido a indicar los niveles de motivación. Soriano (2001) plantea a la motivación intrínseca como aquella que activa la persona cuando lo desea para el fin que se proponga, es aquella que no depende de condiciones externas. En este sentido, se encuentran diversas perspectivas para describirla, una de ellas es la de McClelland que plantea la existencia de tres tipos de necesidades (necesidad de afiliación, poder y logro) comunes en toda persona, de las cuales una se presenta en predominancia hacia las otras.

Los niveles de motivación obtenidos en la población general, muestra a la Necesidad de Logro como la más preponderante obtenido en la muestra en un rango alto/moderado en detrimento de la Necesidad de Afiliación y la Necesidad de Poder en un rango bajo en ambos casos.

Aquello se pudo visualizar en función de los datos socio demográficos y los niveles de motivación, existe una similitud entre los datos obtenidos en participantes tanto femeninos como masculinos, de todas la edades y niveles académicos, donde se puede observar que,

independiente de aquellos últimos, existe una tendencia hacia la Necesidad de Logro, la cual se muestra como la más prevalente.

Esta Necesidad de Logro hace referencia a aquellas personas cuyas características principales según McClelland son: el compromiso, la proposición de metas de forma calculada y posibles de alcanzar, y asumir riesgos, donde además, prefieren trabajar solas que en compañía de otras personas. La prevalencia de dicha necesidad en la muestra podría inferirse ya que la mayoría de los participantes de esta investigación se encuentran actualmente desempleados/as en búsqueda de lograr obtener un trabajo.

En cuanto a los niveles socioeconómicos se observa una relación directamente proporcional entre la Necesidad de Logro y los niveles socioeconómicos altos, sin embargo, en la clase Baja se puede observar a la Necesidad de Afiliación como la más significativa dentro de la muestra correspondiente a dicha clase social.

El último objetivo estuvo destinado a identificar la influencia de los obstáculos y facilitadores, que influyen en la búsqueda laboral, en los niveles de autoestima y la motivación.

Con respecto a la autoestima, sus niveles no se modifican en presencia de dichos obstáculos, ya que los resultados mostraron, aun así, una tendencia a una autoestima del tipo elevada en un 49 % (40 personas), media en un 32% (26 personas) y baja en un 20% (16 personas) . De la misma forma ocurre con los sentimientos y pensamientos que estos generan en los participantes; teniendo en cuenta que la mayoría son de carácter negativo, no se observa relación alguna entre éstos y los niveles de autoestima, ya que a pesar de estos sentimientos y pensamientos generados, los niveles de autoestima se mantuvieron elevados en un 55% (45 personas), medios en un 32% (26 personas) y bajo en un 13% (11 personas). Sin embargo, ante la presencia de facilitadores, como pueden ser los contactos personales o la experiencia previa, los niveles de autoestima se modifican, tendiendo a ser elevados en un 55

% (45 personas), media en un 32% (26 personas) y baja en un 13% (11 personas). En consecuencia con lo descrito anteriormente, y con los sentimientos y pensamientos que los facilitadores provocan, se observa que no presentan una relación directa con los niveles de autoestima, ya que independientemente de ser positivos como negativos, los participantes mantuvieron una autoestima elevada y media.

En cuanto a la relación de los obstáculos y facilitadores, presentes a la hora de la búsqueda laboral, en torno a los niveles de motivación, se podría concluir que no influyen en los niveles de motivación, siendo la Necesidad de Logro aún la más preponderante. Estos resultados evidenciaron ciertas diferencias con los datos reflejados por Kiziryan (2015), quién plantea que como efectos del desempleo se pueden producir problemas psicológicos como la desmotivación.

En cuanto a los sentimientos y pensamientos que estos provocan, se puede observar iguales resultados a los anteriormente mencionados, siendo que, en relación a los obstáculos, los sentimientos, que son en su mayoría negativos, no influyen en los niveles de motivación, siendo la Necesidad de Logro la más dominante. En relación a los facilitadores, la situación es similar, ya que a pesar de ser positivos o negativos estos sentimientos, la necesidad de logro se observa como la más destacada.

Por lo tanto, luego de haber realizado el presente apartado, y para responder a la pregunta de investigación que giraba en torno a describir la influencia de los obstáculos y facilitadores del mercado laboral actual en la motivación y autoestima de los jóvenes adultos (18- 25 años) residentes de Rosario, se podría indicar que en función de la presencia de obstáculos y los facilitadores, los niveles de autoestima continúan elevados, infiriendo que esto no influye de manera contundente en la relación entre variables, siendo otros factores como la clase social, las actividades de ocio igualmente relevantes que la percepción de obstáculos y facilidades en el impacto en la autoestima.

Lo mismo ocurre en los niveles de motivación dónde no existe una relación directa entre las variables, ya que a pesar de la presencia de obstáculos y facilitadores sigue existiendo una tendencia hacia la necesidad de logro. Esto podría deberse a que dicha población de jóvenes se encuentra dentro de la necesidad de obtener y de lograr un empleo. Es decir que, más allá de la percepción que puedan tener acerca de los obstáculos y los facilitadores la motivación sigue siendo la misma en todos los participantes y, a diferencia de la autoestima, la cual variaba en función de diversos atributos, en cuanto a la motivación siempre se mantiene la preponderancia y contundencia en el mismo tipo, es decir, la motivación de logro.

Para finalizar, se considera oportuno mencionar que existieron una serie de limitaciones en este trabajo, siendo estas, la poca diversidad y cantidad de personas en la muestra obtenida. Además, se omitieron interrogantes en el cuestionario con respecto a la situación de las experiencias personales en cuanto a entrevistas laborales. No obstante, sería oportuno retomar este estudio indagando las variables teniendo en cuenta las limitaciones, comparando los niveles y tipos de motivación en función de los diversos niveles socioeconómicos, además de indagar sobre cómo la motivación y la autoestima se modifica en virtud de los años que pasen en búsqueda activa de un empleo.

Por otro lado, resulta oportuno y significativo pensar sobre el papel del psicólogo laboral dentro de esta temática con el objetivo de trabajar conjuntamente con la persona, quien construye su propio proceso y desarrollo socio laboral. También es necesario abordar los prejuicios del estar desempleado, identificando los intereses, expectativas y recursos personales, Además de resaltar la importancia de una devolución luego de una instancia psicotécnica en una entrevista laboral, donde se pueda profundizar sobre su perfil laboral, enfocando sus fortalezas, competencias y oportunidades de mejora, considerando el

autoconocimiento como un primer paso para el despliegue del mayor potencial posible para su crecimiento.

## Referencias

- Ballenato Prieto, G. (2006). Autoestima y Salud.
- Beck, J. (2000). Terapia Cognitiva. Conceptos básicos y profundización. Barcelona, Editorial Gedisa.
- Beck, A. Rush, A. J., Shaw, B. & Emery, G. (2002). Terapia cognitiva de la depresión. 14<sup>o</sup> Edición. Bilbao: Descleé De Brouwer.
- Beck, J. (2007). Terapia Cognitiva para la superación de retos. Barcelona, Editorial Gedisa.
- Canle, L., Colombo, E. M., De Grandis, C., Morillo, M., Otero, S. M., & Vallejos, L. (2017). Expectativas de inserción laboral en adolescentes de sectores urbanos. *Perspectivas en Psicología*, 14(1), 30-39.
- Corendo, M. (2019). Desempleo y conmoción psíquica. El Objetivo: la verdad de los hechos.
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones, Segunda edición. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Dessors, D. & Molinier, P. (1998). Organización del trabajo y Salud: de la psicopatología a la psicodinámica del trabajo, 12-13.
- De Mézerville, G. (2004). Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés. México: Trillas.
- Diccionario APA de Psicología (2019). American Psychological Association.
- Failo, J. (2018). Inserción laboral en jóvenes millennials: la inserción laboral de los jóvenes entre 22 y 26 años y las expectativas laborales que tienen para su futuro. Tesis de Licenciatura, Universidad del Salvador.
- Jacinto, C. & Chitarroni, H. (2010). Precariedades, rotación y moviidades en las trayectorias laborales juveniles. En: *Estudios del Trabajo*, 39/40: 5-36.
- Kauth, R. A. (2002). ¿Éxodo o Exilio?: Europa, la panacea para los argentinos. *Revista de Antropología Experimental*, 1-17.

Kiziryan, M. (2015). Mercado Laboral. Disponible en:  
<https://economipedia.com/definiciones/mercado-laboral.html>

Longo, M.; Pérez, P.; Busso, M.; Bidart, C. (2014). La estabilidad y la inestabilidad en los procesos de inserción laboral en jóvenes de Argentina y Francia. Estudios de trabajo, (47), 1-35. En Memoria Académica. Disponible en:  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.10814/pr.10814.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.10814/pr.10814.pdf)

Navas R., José J. (1981). Terapia racional emotiva. Revista Latinoamericana de Psicología, 13(1),75- 83.[fecha de Consulta 18 de Marzo de 2022]. ISSN: 0120-0534. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80513105>

Padovan, I. (2020). Teorías de Motivación. Aplicación práctica. Universidad Nacional de Cuyo, 1-108.

Pérez, E. P., Deleo, C., & Fernández Massi, M. (2013). Desigualdades sociales en trayectorias laborales de jóvenes en la Argentina. Revista Latinoamericana de Población, 7(13), 61-89. Disponible en:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323830085003>

Pérez, P. E. (2013). Empleabilidad, motivación por trabajar y políticas de empleo para jóvenes en Argentina. Cuestiones de Sociología, (9), 287-291. En Memoria Académica. Disponible en:  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5893/pr.5893.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5893/pr.5893.pdf)

Pereyra Iraola, M. (2018). La inserción laboral de jóvenes de barrios populares [en línea]. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Argentina, Facultad de Psicología y Psicopedagogía. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/greenstone/cgi-bin/library.cgi?a=d&c=tesis&d=insercion-laboral-jovenes-barriospopulares>

Petri, H. L. (1991). Motivation: Theory, Research, and Applications. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company

- Real Academia Española. (2022). RAE.
- Rice, P. (2000). *Adolescencia. Desarrollo, relaciones y cultura*. Madrid: PrenticeHall.
- Rosenberg, M. (1990). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rojas, E. (2001). ¿Quién eres? Madrid: Ediciones Temas de Hoy S.A. (p. 320-324).
- Sampieri, H. R. (2014). *Metodología de la Investigación (6ta edición)*. D.F Mexico: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S.A de C.V.
- Soriano, M. M. (2001). *La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo*. Area de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Escuela de Magisterio de Teruel. Universidad de Zaragoza.
- Weller, J. (2003). La problemática inserción laboral de los y las jóvenes. *Revista CEPAL - SERIE Macroeconomía del desarrollo*, 28, 3-82.
- Weller, J. (2007). La inserción laboral de los jóvenes: características, tensiones y desafíos. *Revista de la Cepal*, 92, 61-82.

## Anexo 1

### Consentimiento Informado

Acepto libre y voluntariamente sin ningún tipo de coerción, participar en la investigación llevada a cabo por Fiorella Frattini para la obtención de su título de Licenciada en Psicología. La misma consiste en responder de forma online un cuestionario que no llevara más de 5 minutos. Entiendo que la participación en la misma no me beneficiará de modo directo ni recibiré retribución como contrapartida. Se me ha explicado en la invitación a participar que los resultados serán utilizados exclusivamente con fines académicos y/o científicos

- SI
- NO

## Anexo 2

### Entrevista Semiestructurada

- **Edad:**
- **Género**
  - o Masculino
  - o Femenino
  - o Otrx
- **¿Qué tipos de estudios estás cursando actualmente?**
  - o Secundario
  - o Terciario
  - o Universitario
  - o Posgrado
  - o No me encuentro estudiando actualmente
- **¿Cuál de estas opciones describe mejor su nivel socioeconómico actual?**
  - o Alta
  - o Media Alta
  - o Media
  - o Media Baja
  - o Baja
- **¿Qué actividades extracurriculares que te generen bienestar realizas?**
  - o Deporte
  - o Salida con amigxs
  - o Emprendimiento Personal
  - o Leer
  - o No hago actividades extracurriculares

- o Otro ( especificar)....

*Obstáculos y Facilitadores en búsqueda laboral*

- **Según tu percepción, ¿Cuáles de estos obstáculos están presentes a la hora de encontrar un empleo?**

- o Falta de experiencia laboral
- o Falta de conocimientos sobre las características de la empresa
- o Falta de conocimientos teóricos del campo a aplicar
- o Características personales (género, discapacidad, diagnóstico psicológico, condición médica, etc.)

- o Otro (especificar)....

- **Cuando te encontrás con estos obstáculos en tu búsqueda laboral, ¿Cuáles son los pensamientos/sentimientos que aparecen?**

*Texto de respuesta corta*

- **En tu opinión, ¿Qué facilita el acceso a un empleo?**

- o Experiencia laboral
- o Contactos personales
- o Conocimientos teóricos previos
- o Otro (especificar)....

- **Cuando te encontrás con estos facilitadores en tu búsqueda laboral, ¿Cuáles son los pensamientos/sentimientos que aparecen?**

*Texto de respuesta corta*

- **Cuando envío un CV, las empresas generalmente...**

- o Lo reciben y no me contactan
- o Lo reciben, me contactan y quedan en contactarse
- o Lo reciben, me contactan y no quedo en la selección

- **¿Cómo influye la situación del mercado laboral en tu visión a futuro?**

*Texto de respuesta corta*

- **¿Pensas en la posibilidad de emigrar para buscar empleo fuera del país?**

**En caso de ser afirmativo o negativo, justifique su respuesta**

*Texto de respuesta corta*

### Anexo 3

#### Escala de Autoestima de Rosenberg

A continuación encontrarás una serie de afirmaciones, te pido que por favor selecciones la opción que mejor se adecúa a tu persona. Tené en cuenta que no hay respuestas correctas ni incorrectas.

|  | Muy de acuerdo | De acuerdo | En desacuerdo | Muy en desacuerdo |
|--|----------------|------------|---------------|-------------------|
| Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás. |                |            |               |                   |
| Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.                                     |                |            |               |                   |
| Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.                   |                |            |               |                   |
| Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.   |                |            |               |                   |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| En general estoy satisfecho/a de mí mismo/a.            |  |  |  |  |
| Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.  |  |  |  |  |
| En general, me inclino a pensar que soy un fracasado/a. |  |  |  |  |
| Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.      |  |  |  |  |
| Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.       |  |  |  |  |
| A veces creo que no soy buena persona.                  |  |  |  |  |

## Anexo 4

### Escala de Motivación

A continuación encontrarás una serie de opiniones, situaciones, actividades, cualidades o características personales, seguidas cada una por tres alternativas. Elegí una sola de esas posibilidades de respuestas, la que más se adecue o se asemeje a lo que vos harías, opines, o mejor se parezca a su auténtica forma de ser o actuar.

En este cuestionario no existen respuestas correctas o incorrectas. Lo importante es lo que vos realmente pienses, NO lo que creés que deberías pensar.

- 1. En mi actividad principal me gusta rodearme de:**
  - a. Amigos
  - b. Personas que conozcan el trabajo
  - c. Personas influyentes
- 2. Las veces que más me divierto es cuando:**
  - a. Tengo una buena discusión
  - b. Estoy conversando agradablemente
  - c. Gano un juego en el que se necesita habilidad
- 3. Las veces que me he sentido más triste ha sido porque:**
  - a. Fracapé en alguna tarea que me había impuesto
  - b. Tuve disgustos con familiares o amigos
  - c. Creía haber perdido una discusión
- 4. Yo creo que el pecado de Adán fue debido a:**
  - a. Falta de voluntad y carácter
  - b. Sus relaciones de afecto hacia Eva
  - c. Falta de responsabilidad

**5. Cuando intercambio ideas, ante todo:**

- a. Controlo la discusión
- b. Escucho para mejorar mi punto de vista
- c. Evito llegar a herir a otra persona

**6. En la vida yo:**

- a. Haría amigos
- b. Lucharía
- c. Mandaría

**7. Si tengo tres reuniones en el mismo día y sólo puedo asistir a una de ellas,****iría a:**

- a. El cumpleaños de un amigo al que no quiero enojar
- b. Una reunión política en la cual puedo llegar a ser elegido
- c. Una conferencia útil para desempeñar mejor mi trabajo

**8. Al ver un retrato donde hay dos personas que desconozco, imagino que****son:**

- a. Dos amigos
- b. Un jefe y un empleado
- c. Dos empresarios

**9. Yo tengo más facilidad para:**

- a. Ordenar o dirigir
- b. Hacer amigos
- c. Obtener resultados

**10. El material que más me gusta por su apariencia es el:**

- a. Oro
- b. Cobre

c. Hierro

**11. Cuando yo aprendo lo hago para:**

- a. Defenderme en una discusión
- b. Tener recompensas posteriores
- c. Colaborar con los demás

**12. Lo que más admiro de la gente es:**

- a. Su confianza en si misma
- b. Su bondad y cooperación
- c. Que sepa escuchar

**13. Yo tengo la tendencia a:**

- a. No darme por vencido fácilmente
- b. Nunca demostrar que he sido vencido
- c. Ayudar al vencido

**14. Yo admiro más a:**

- a. Una enfermera
- b. Un negociante
- c. Un político

**15. Por lo general soy más capaz de:**

- a. Ser un buen líder
- b. Tener el trabajo al día
- c. Mantener buenas relaciones

**16. En el colegio o escuela yo:**

- a. Organizaba los juegos
- b. Competía para ganar
- c. Jugaba únicamente con mis amigos

**17. Para mí el sol significa:**

- a. Amor y vida
- b. Dominio y poder
- c. Actividad y energía

**18. Cuando hago algo difícil, generalmente lo hago por:**

- a. El reto
- b. Demostrar capacidad
- c. Caer bien

**19. Yo creo que la vida sirve para:**

- a. Vivir en paz y armonía
- b. Ser una persona importante
- c. Realizar algo

**20. La mayor parte de mi vida la he dedicado a:**

- a. Aprovechar mejor el tiempo
- b. Estar en compañías agradables
- c. Luchar por adquirir posición

**21. Las veces que practico algún juego o deporte me preocupo más por:**

- a. Poder hacerlo como lo hace el mejor
- b. Salir peleando con alguien
- c. Poder derrotarlos a todos

**22. Cuando acabo de cometer un error me siento incómodo porque:**

- a. Voy a perder influencia ante mis colegas
- b. La demás gente se va a disgustar conmigo
- c. El trabajo no me quedo como quería

**23. Generalmente cuando estoy en grupo**

- a. Tomo las decisiones
- b. Me adelanto a los acontecimientos
- c. Me voy bien con la gente

**24. Con frecuencia siento:**

- a. Rebote y náuseas
- b. Malestar general
- c. Que gozo de buena salud

**25. El tiempo es para mí:**

- a. Un pájaro que vuela
- b. Una fuerza que domina
- c. Un lago en calma

**26. En el colegio me sentía satisfecho cuando:**

- a. Me comentaban el resultado de mis tareas
- b. Pegaba o insultaba a quien me ofendía
- c. Jugaba en los recreos con mis colegas

**27. Cuando estoy con otras personas:**

- a. Me es fácil pensar sobre qué hablar
- b. Me esfuerzo por hacer amigos
- c. Fácilmente influyo sobre lo que hablan

**28. Creo que la gente generalmente:**

- a. Se preocupa por la forma como se sienten los demás
- b. Pretende que uno haga lo que ella quiere
- c. Prefiere saber los resultados de su trabajo

**29. Una de las metas de mi vida es:**

- a. Ganar el respeto de los demás
- b. Tener ayuda y cariño de alguien
- c. Ser alguien de mérito por su trabajo

**30. Tengo grandes cualidades para:**

- a. Convencer a la gente
- b. Agradar con buenos chistes
- c. Aventajar a otras personas

**31. Lo que más deseo en mi vida es:**

- a. Ser querido y aceptado por la gente
- b. Tener éxito en el mundo
- c. Ser una persona de influencia

**32. La mujer ante todo debe ser:**

- a. Cariñosa
- b. Respetuosa
- c. Independiente

**33. En todas las acciones de la vida lo más importante es:**

- a. Tener mucha dedicación y responsabilidad
- b. Tener mucho orden y control
- c. Evitar herir sentimientos ajenos

**34. Al estudiar lo hago por:**

- a. Obtener recompensa posterior
- b. Estar con otras personas
- c. Convencer más tarde a otros

**35. Creo que la religión es más que todo:**

- a. Una necesidad interna del hombre
- b. Un medio para armonizar la sociedad
- c. Una forma de controlar la gente

**36. Al entrar a un sitio donde hay varias personas, de las cuales conozco tres,**

**buscaría la compañía del:**

- a. Negociante famoso
- b. Más amigable
- c. Que me admira

**37. Si pudiera elegir mi compañero para un viaje, preferiría:**

- a. Alguien a quien le pueda contar mis problemas íntimos
- b. Alguien a quien tenga que dar instrucciones
- c. Alguien con quien analizar mis opiniones

**38. En la vida se consigue más por:**

- a. Influencia
- b. Amabilidad
- c. Esfuerzo

**39. A mí me gusta jugar:**

- a. Contra personas hábiles
- b. Para estar con gente agradable
- c. Siempre y cuando gane

**40. Cuando alguien me dice que soy incapaz de hacer algo:**

- a. Me disgusta porque ven mi debilidad
- b. Me esfuerzo por hacer lo mejor
- c. Me siento herido

**41. Yo disfrutaría más:**

- a. Si tuviera autoridad sobre otros
- b. Si mantuviera buenas amistades
- c. Si hiciera planes a largo plazo

**42. La moral sirve:**

- a. Para la paz y unión entre la gente
- b. Para trabajar más efectivamente
- c. Para controlar a la gente

**43. A mí me produce una emoción más fuerte la:**

- a. Oscuridad
- b. Altura
- c. Velocidad

**44. A menudo deseo que:**

- a. La gente me apruebe
- b. Otras personas hagan lo que yo quiero
- c. Mis propósitos se logren

**45. Si yo viajara lejos lo haría para:**

- a. Conocer el mundo y salir de la rutina
- b. Visitar amigos y parientes
- c. Sentirme importante y poderoso

**46. Uno debe estar orientado hacia:**

- a. El futuro
- b. La amistad
- c. El poder

**47. Lo que más le gusta a la gente es:**

- a. Mandar
- b. Ayudar
- c. Tener éxito

**48. Hago un trabajo en casa y daño lo que estoy haciendo, entonces:**

- a. Busco un culpable
- b. Pido disculpas y explico
- c. Intento mejorarlo

**49. En mi actividad lo que más me gusta es:**

- a. Que me digan si lo hago bien
- b. Decir cómo se debe hacer
- c. Ayudar a mis compañeros

**50. Me gustaría que la gente:**

- a. Ayudara a quien lo necesite
- b. Fueran tan convincentes como yo
- c. Planeara sus actividades

**51. La radio ha servido más para:**

- a. Que la gente piense más y progrese
- b. Tener ratos de alegría y unión
- c. Que la gente aprenda a discutir

**52. Cuando hago alguna cosa**

- a. Nunca me arrepiento
- b. Me esfuerzo
- c. Me gusta hacerlo acompañado

**53. Los buenos profesores**

- a. Ponen metas de aprendizaje
- b. Dan trato cordial a sus alumnos
- c. Establecen controles estrictos