



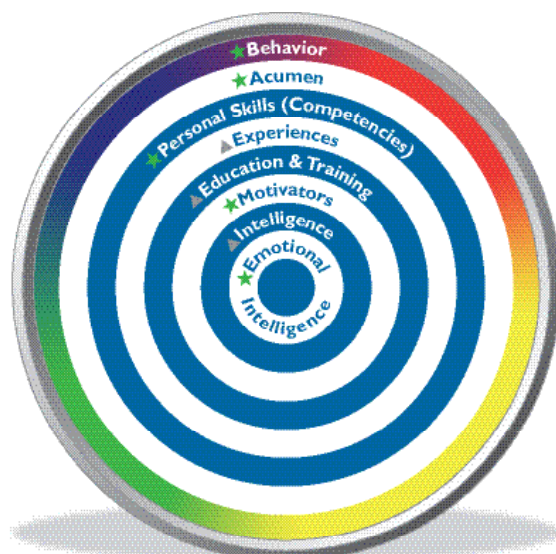
# Motivadores REPORTE TÉCNICO

## Introducción

TTI Success Insights, ltd. es una empresa fundada en 1984 por Bill J. Bonnstetter y su hijo, Dave Bonnstetter. TTI Success Insights es líder en la industria de evaluaciones a nivel mundial. A través de una investigación constante, los Bonnstetter continúan mejorando, desarrollado y validando soluciones basadas en las evaluaciones que generen resultados.

Bill ha realizado investigaciones sobre lo que hace a una persona normal desde 1979. Su hermano, Ron Bonnstetter, profesor emérito de la Universidad de Nebraska Lincoln, se ha unido recientemente al grupo de TTI Success Insights para fortalecer el área de investigación de la compañía. Estas investigaciones tiene por objetivo identificar el CÓMO y el PORQUÉ de las personas y qué relación tienen con su desempeño.

**Para comprender mejor lo que las personas aportan al lugar de trabajo, observe las Dimensiones del Desempeño™ de TTI Success Insights.**



©2011 Target Training International, Ltd.



### TTI SI MIDE:

- Comportamiento
- Visión del Mundo
- Habilidades Personales
- Motivadores
- Inteligencia Emocional
- Visión del Mundo
  - Inteligencia Emocional



### TTI RECONOCE:

- Experiencias
- Educación y Capacitación



## Resumen Ejecutivo

**Las siguientes páginas ofrecen información detallada sobre la evaluación Motivation Insights® de TTI Success Insights, su validación y cómo TTI SI no tiene impacto adverso.** En la parte de abajo se encuentra un resumen ejecutivo de estas investigaciones.

## Validación

Este instrumento Motivation Insights® hace uso de 38,314 respuestas. Éstas se recopilieron durante 2010 y 2011. De estas respuestas el 57.8% son de hombres y el 42.2% son de mujeres.

Los resultados de estas evaluaciones indican la confiabilidad para cada una de las seis escalas con una alfa de Cronbach de .7 a .8

Las correlaciones entre las seis escalas indican que son sustancialmente independientes como medidas. Las puntuaciones en las escalas se distribuyen a lo largo de las escalas generando interpretaciones y comparaciones significativas.

El Instrumento Motivations Insights® es un instrumento fuerte y confiable que se puede aplicar a diferentes tipos de población. El continuo esfuerzo por mantener y mejorar la calidad fundamenta este instrumento en las motivaciones, actitudes y valores del siglo XXI.

Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) para la seis escalas de Motivation Insights® N=38,314, F=42.2%, M=57.8%	
Teórico	0.755
Utilitario	0.820
Estético	0.822
Social	0.829
Individualista	0.679
Tradicional	0.705



## Impacto Adverso

En general las evaluaciones de TTI SI no son evaluaciones que se aprueban o reprobren. Aunque aparentemente algunas mediciones pueden alcanzar una puntuación de “10” como mejor calificación, éste no es el caso para esta evaluación. Cada factor de medición puede ser una fortaleza incluso con una puntuación baja. Esto depende de la relación que tenga ese factor con el puesto de trabajo. TTI SI no recomienda utilizar esta evaluación en procesos de contratación a menos que haya completado un proceso de *benchmarking*.

El proceso de *benchmarking* se diseñó para ofrecer mayor claridad sobre los requerimientos del puesto de trabajo como tal: responsabilidades clave, habilidades, comportamiento y motivadores. Aunque TTI SI tiene más de 10,000 procesos de benchmarking disponibles, se recomienda realizar un proceso nuevo para cada posición de una organización.

Puesto que las evaluaciones TTI SI no se aprueban o reprobren, la regla del “80 por ciento” se aplica de manera diferente. Para demostrar cómo se cumple esto en las pruebas de TTI SI, revisemos la media de los factores medidos para la población general como por hombres y mujeres, edades y etnias. La sección de Impacto Adverso demostrará que todas las evaluaciones de TTI SI no tienen más del 20 por ciento de diferencia en las puntuaciones de grupos protegidos en comparación con los de la población general.



## Historia

Desde el principio de los tiempos, cada humano ha desarrollado motivadores. Los primeros motivadores humanos probablemente estaban relacionados con la sobrevivencia y la satisfacción de las necesidades primarias tal como se describen en la pirámide de Maslow. El cerebro avisa cuando el cuerpo tiene hambre. De todas maneras, requiere de acción y motivación para satisfacer esta necesidad.

No hay mucha literatura sobre el estudio de motivadores en tiempos antiguos. Los filósofos de esa era desarrollaron las bases de la psicología moderna, que no tiene más de 200 años de antigüedad. La mayoría de los estudios sobre motivación como tal son recientes, y como tal no se habla de motivadores en forma hasta que Eduard Spranger escribió el libro “Los Tipos de Hombre” en 1928.

Antes del trabajo de Spranger, los motivadores no estaban claramente definidos, investigados o estudiados. Los motivadores de TTI SI están basados en el modelo de Spranger. Quién fue un escritor influyente que definió a los motivadores (valores) como un compendio de gustos, disgustos, puntos de vista, deberes, inclinación internas, juicios racionales, prejuicios y patrones que determinan la visión del mundo de una persona. Una vez que se mezclan estos elementos, se convierten consciente o inconscientemente en un estándar de criterio para guiar las acciones de una persona.

### **INVESTIGADORES ADICIONALES**

Además de Spranger, existió un número de autores a inicios del siglo XX (principalmente europeos) que escribieron sobre las personas. Algunos de estos autores son Robert Hartman, Carl Jung, Sigmund Freud y Gordon Allport.

TTI Success Insights, bajo la dirección de Bill J. Bonnstetter, ha continuado las investigaciones, validando y mejorando el uso de evaluaciones motivacionales, reportes y material de capacitación. Bill y su hijo Dave, fundaron TTI SI en 1984. Su idea inicial fue desarrollar el liderazgo en evaluaciones computarizadas sobre comportamiento, motivadores y habilidades personales para mejorar, desarrollar y validar evaluaciones para contratación y desarrollo de personal.

Dedicados por completo a establecer la industria estándar, Bonnstetter y su equipo han trabajado durante los últimos 25 años en una investigación constante en el desarrollo de evaluaciones que ofrezcan soluciones únicas a sus clientes. El trabajo innovador de TTI SI y su liderazgo de opinión han dado lugar a tres patentes en los Estados Unidos de América.



## EL TRABAJO DE SPRANGER

**Spranger identificó seis valores o motivadores que pueden encontrarse en un lugar de trabajo.** Hoy en día se ha descubierto que estos seis motivadores influyen sobre la vida persona de alguien también. “Los Tipos de Hombre” se publicó originalmente en alemán y se siguen utilizando en algunas universidades en Alemania como libro de texto.

**Los nombres originales de Spranger para los seis motivadores son:**

- TEÓRICO
- ECONÓMICO
- ESTÉTICO
- SOCIAL
- POLÍTICO
- RELIGIOSO

Con base en el modelo de Spranger, Gordon Allport desarrolló “El Estudio de los Valores”, el primer instrumento que medía los motivadores en papel.

Cada motivador se comparaba con otro motivador dos veces. El instrumento constaba de más de 30 preguntas. Bill J. Bonnstetter utilizó este instrumento como parte de su consultoría en negocios al inicio de los años 80's. Poco después de la muerte de Allport, el instrumento se consideró sexista y obsoleto. **Bonnstetter estableció TTI Success Insights (TTI SI) y desarrolló una evaluación basada en el modelo de Spranger, cambiando las descripciones a:**

- TEÓRICO
- UTILITARIO
- ESTÉTICO
- SOCIAL
- INDIVIDUALISTA
- TRADICIONAL

**La evaluación de TTI SI compara cada uno de estos motivadores con los demás doce veces.** Esta nueva metodología hizo la evaluación más sólida, con base en nuestra investigación.

Bajo la dirección de Bill y Dave Bonnstetter, TTI SI fue el primero en el mundo en computarizar el modelo de Spranger y lo nombró Intereses, Actitudes y Valores Personales (PIAV por sus siglas en inglés). En 2003, el cuestionario se actualizó bajo el nombre de Motivation Insights®.



Se eligió este título porque los valores son llamados también motivadores ocultos, no deben confundirse con agendas ocultas. Nuestros motivadores son visibles únicamente cuando los manifestamos a través de nuestros comportamientos. Sin un comportamiento observable o sin la posibilidad de preguntarle a alguien por qué hace algo, los motivadores permanecen ocultos. El estilo de comportamiento de alguien, se expresa a través del modelo DISC, describe cómo la persona hace las cosas. Los motivadores de una persona demuestran el porqué alguien hace algo. **Al comprender tanto el cómo como el porqué del comportamiento y los motivadores internos de alguien, somos capaces de discernir la constelación de la actividad de un individuo, o la de un grupo de personas, con una perspectiva más grande que la de únicamente observar a alguien en alguna de estas facetas.**

Desde 1984, TTI SI utilizando el modelo de Spranger, ha realizado diversas investigaciones sobre las personas, que sugieren que la evaluación de motivadores debe incluirse durante un proceso de selección de personal. Al contratar a directores o gerentes las decisiones no deben basarse únicamente en los resultados de la evaluación DISC.

TTI SI ha trabajado con diferentes empresas en las que ha desarrollado casos de estudios utilizando la evaluación de motivadores. Algunas veces estas investigaciones se hacen públicas aunque frecuentemente las compañías prefieren mantener la información en privado, por lo que los resultados pueden incrementar su competitividad en el mercado.

## ¿POR QUÉ ESTUDIAR A LOS MOTIVADORES?

Cada vez más y más investigaciones confirman que los motivadores forman parte de nuestra forma de pensar, nuestra manera de valorar, nuestros filtros, nuestras energías y son la mayor influencia al momento de tomar decisiones. Comprender el “porqué” hacemos lo que hacemos es una de las razones principales que necesitamos observar cuidadosamente en nuestros motivadores. **Únicamente cuando te ves claramente a ti mismo por ambos lados -lo que te gusta y lo que te disgusta - comprenderás tus sentimientos sobre los demás y las situaciones que te gustan y te disgustan.**

**Nuestro modo de pensar se ve afectado por nuestros filtros, que afectan lo que escuchamos y lo que comprendemos cuando leemos cosas que difieren con ellos.** Por ejemplo, si alguien cree que es uno de los mejores jefes del mundo, cómo tomaría una retroalimentación sobre sus necesidades gerenciales? ¿Tomaría bien una crítica, un consejo de cambio? Las evaluaciones automatizadas ofrecen retroalimentación para que las personas puedan verse realmente como son, esta es una de las mejores herramientas para ayudar a la personas a cambiar cuando sea necesario.



En la sociedad, muchos de los problemas que tenemos están relacionados con los valores. Hoy en día, en todos los *talk shows* en los medios de comunicación, por ejemplo, las personas que participan en ellos se encuentran divididas en tres posibles posiciones: A favor, en contra o indiferentes. Una vez que una persona asume una posición al respecto, se encuentra abierta a la crítica por parte de los que no comparten su opinión. Se encuentra en una discusión sobre qué está bien o mal. Pero la cuestión no es si está bien o está mal sino sobre las creencias, percepciones, experiencias y conocimientos y cómo estos están almacenados en nuestro cerebro e influyen en nuestra opinión.

**Todas las personas tienen una opinión subjetiva pues dependen de lo que escuchan, observan y experimentan en su vida.** Lo que se oye, se ve o se experimenta puede determinar una creencia o percepción. Esto nos ayuda a desarrollar nuestros motivadores.

## Validación

**El modelo Motivation Insights® mantiene la consistencia del trabajo original de Spranger que contiene seis valores.** Algunos modelos utilizan incluso siete modelos, otros ocho, y otros llegan a utilizar hasta dieciocho valores. Entre más identificación existe entre los motivadores y las necesidades de la persona, más claro será el orden de las necesidades en los escritos. Al final de su vida, Freud (1922) propuso dos, Maslow (1954) cinco, y Murray (1938) ventiocho. La pregunta es inevitable: ¿Quién está en lo correcto? La respuesta: No existen teorías correctas o incorrectas, simplemente diferentes. La ciencia funciona por el proceso de la “negatividad”. Esto no significa que la ciencia sea negativa; sino que simplemente cualquier teoría es soportada por una explicación verdadera potencial, hasta que sea desaprobada por un proceso científico de investigación. Hoy en día, las teorías de Freud, Maslow, Murray, y Spranger no han sido desaprobadas todavía, cada una mantiene una explicación posible de varias facetas del comportamiento humano. Toda la ciencia trabaja de esta manera, ya sea social o física.

Revisando estas teorías y trabajos, se vuelve difícil mezclar varios de ellos debido a la estructura en la que fueron plantados. **Después de una revisión cuidadosa, la decisión de mantener el modelo de Spranger ofrece varias ventajas.**

- Primera, mantiene su precisión en la historia, excepto por algunos ajustes contemporáneos a los nombres de ciertos valores.
- Segunda, soporta una de las teorías más extendidas en el ámbito de los valores.





- Tercera, al explorar todas las aplicaciones de este modelo, los seis valores presentados aquí son los que aplican al mundo de los negocios y de las industrias. Estas áreas incluyen las comerciales, religiosas, educacionales, organizaciones sin ánimo de lucro y organizaciones gubernamentales.

**Además, la decisión de mantener la integridad de la teoría de Spranger ofrece la base más fuerte y flexible sobre la que se desarrolla este instrumento.**

Los archivos de texto para todos los reportes se enriquecieron con el trabajo de Allport, Vernon y Lindzey con base en su libro: *Un Estudio de Valores (1960)*, sobre el trabajo de Allport con base en su libro: *Patrón y Crecimiento en la Personalidad (1961)*, y también en el libro: *La Naturaleza de los Valores Humanos* de Milton Rokeach. Bill Bonnstetter ha escrito libros de texto basados en el modelo de Spranger desde 1984. El Doctor Russ Walton ha trabajado estudiando a grandes y pequeños grupos de personas en entornos muy variados para ayudar a validar la herramienta con el contenido de los reportes Workplace Motivators®. Estos grupos de enfoque han ayudado a mejorar y precisar las frases en los reportes para que sean más específicos. Además, han ayudado a contar con libros de texto más sólidos a los que se pueda acudir una vez completado el instrumento.

## **DESARROLLO INICIAL – VALIDACIÓN TEÓRICA**

**El proceso de desarrollo de un instrumento comienza con ideas, conceptos, teorías existentes y conocimiento.** Los desarrolladores comienzan por establecer una o más áreas de interés. Estas pueden definirse por nichos, desafíos, o nuevos conceptos de pensamiento. Las ideas iniciales se desarrollan posteriormente. Es este proceso de desarrollo, el fundamento de la VALIDACIÓN TEÓRICA. Conforme se continúe con el diseño y la implementación, los desarrolladores consultan las investigaciones existentes y redefinen o clarifican los objetivos.

**El siguiente paso es operar estos conceptos en escalas medibles.**

Dos agendas influyen este proceso. Una agenda involucra conceptos y lluvia de ideas. La otra se refiere a las estructuras psicométricas para la medición de los conceptos objetivos.

**Hasta esta etapa, el desarrollo involucra el diseño de los bocetos que deben utilizarse para el instrumento.** Se consideran muchas posibilidades antes de definir qué es todo lo que necesitará tener el instrumento final. Hasta esta etapa del proceso, los puntos se evalúan de acuerdo a su adaptación conceptual con los objetivos y con la teoría. Sin embargo, la evaluación final consta de preguntas para análisis estadísticos de los datos, no del diseño del desarrollo como tal.





## CONSIDERACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE MEDICIÓN

**El proceso para establecer una estructura de medición comienza con la consideración de las características de los objetivos.** Algunos de ellos implican conocimiento, donde haya respuestas correctas de acuerdo a la teoría. Otros objetivos involucran habilidades tales como la capacidad para aprender o resolver problemas. El instrumento Motivation Insights®, tal como su nombre indica, se concentra en las diferencias de impulsos que mueven a los individuos. En esta aplicación no se consideran algunos factores como mejores que otros.

**Los factores utilizados en un instrumento pueden diseñarse para tener puntos individuales de valoración o puntos ordenados en comparación con los demás.** El primer patrón podría involucrar una escala Likert tal como: Completamente de acuerdo, De acuerdo, En desacuerdo, Completamente en desacuerdo. Este patrón de valoración ofrece independencia entre los factores, pero podría resultar en empate si varios factores son valorados de la misma manera.

Una alternativa podría hacer que la persona valore cada factor en una escala de 1 a 10. Este patrón permite cierta inferencia de los valores relativos, y se pueden asumir fortalezas relativas de los valores del 1 al 10 más que de 1 a 3.

Otra alternativa puede ser pedir que el individuo ordene los factores con base en preferencias o en atracción. Este es un patrón que obliga a un orden forzado. La escala se concentra en el orden de la escala, no en la cantidad.

Una vez diseñado el instrumento se puede pasar a la evaluación y revisión del mismo.

## CONSTRUCCIÓN DE LA VALIDACIÓN

**La validación comienza con la evaluación de campo.** La validación de un instrumento puede incluir a todo el texto o sólo a algunas secciones. Algunas veces las primeras evaluaciones de campo cuentan con un pequeño grupo de individuos que responden y constestan a cada punto, seguido de un desglose. Eventualmente el borrador necesita administrarse de acuerdo a una muestra para después elaborar estadísticas. Esta debe ser una muestra tan representativa como sea posible del total de la población en la que se pretende aplicar este instrumento

**La evaluación de un instrumento se da en dos niveles.** Básicamente, las respuestas en cada uno de los factores de cada individuo se añade las escalas hipotéticas para medir los objetivos que se buscan. Así, un nivel es la evaluación de los factores individuales y el segundo nivel es la evaluación de qué tan bien funcionan las escalas en al medición. Estos dos niveles son simultáneos.



## ANÁLISIS SIN LIMITANTES CONCEPTUALES - FACTOR ANÁLISIS

**Un proceso inicial de estadística examina las respuestas de todos los factores sin supuestos estructurales. En otras palabras, no se impone ninguna escala diseñada.** Fuera del procedimiento del Factor Análisis se muestra un patrón de cohesión común y de variaciones entre los factores. Esto es, tiende a mostrar patrones en los que los individuos que responden muy positivamente ante algunos factores también generan a la par respuestas muy negativas para otros factores. Este procedimiento es una primera evaluación para saber si las ideas de los desarrolladores sobre los indicadores agrupan los factores de acuerdo a sus objetivos y se aplican en el mundo real.

El factor análisis está lejos de ser una viñeta mágica, aunque es un procedimiento estadístico muy místico. Los factores de análisis podrían mostrar que existen patrones de coherencia que no habían anticipado los desarrolladores. Un factor en concreto podría mostrar patrones complementarios, que sean opuestos. Puesto que la evaluación procede mediante pasos subsecuentes, la evaluación hace referencias anteriores a patrones no limitados como una manera de identificar posibles problemas con factores específicos.

## ANÁLISIS PARA CONFIRMAR LA ESTRUCTURA PROPUESTA - ESCALA DE CONFIABILIDAD

**El proceso para confirmar la coherencia en los factores de escala se trata de evaluar o confirmar un aspecto de la confiabilidad.** La evaluación de escala de confiabilidad ha tomado formas diferentes históricamente. Ya que la Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) ofrece retroalimentación sobre la confiabilidad general de los cambios de escala cuando un factor se elimina, es posible identificar los factores que se requieren adaptar. Al utilizar este proceso se permite al desarrollador maximizar la confiabilidad de cada escala.

## ANÁLISIS DE LAS RELACIONES EN LAS ESCALAS - CORRELACIONES ENTRE LAS ESCALAS

**La examinación de las correlaciones en las escalas permite que un desarrollador juzgue si las escalas están bien interconectadas o relativamente independientes.** Idealmente, las escalas deben ser excluyentes entre sí y por lo tanto independientes. Sin embargo, este no es el caso de nuestro mundo real. Examinar las correlaciones puede mostrar también si las escalas son opuestas. Esta es una situación mucho más común de lo que pudiera parecer. Esta amplia relación con referencia a una población ofrece una visión sobre la interpretación teórica y conceptual, lo que puede ser útil para desglosar los reportes.



## **DESARROLLO DE LA ESCALA DE VALORES Y NORMAS DE REFERENCIA**

Los últimos tres procesos de evaluación ofrecen a los desarrolladores indicaciones sobre la calidad general del instrumento así como del contenido que no funciona. Desarrollar un instrumento comúnmente implica aplicar los pasos anteriores hasta lograr un estándar. Estos descubrimientos guían a los desarrolladores en la revisión y edición de los factores, o en la decisión para dar el siguiente paso.

Una vez que el contenido de un instrumento funciona como se quiere, las estructuras de escalas terminan. Después, el paso final es ofrecer información sobre cómo interpretar la escala de valores. Frecuentemente esto significa interpretar las escalas de valores puras en una escala estandarizada o normalizada. Estas escalas normalizadas implican una referencia a la población, no una muestra.

## **APLICACIÓN Y SEGUIMIENTO - USO DE LA CONFIRMACIÓN**

Después de comenzar a utilizar el instrumento, el trabajo de los desarrolladores no se encuentra terminado. El proceso de utilización del instrumento ofrece una retroalimentación tanto cuantitativa como cualitativa. Esta retroalimentación proporciona documentación sobre la efectividad del instrumento. Una revisión frecuente sobre los datos obtenidos de las pruebas aplicadas permite una evaluación continua de la coherencia, escala de confiabilidad, y normas de referencia basadas en una población mucho más grande (contra la muestra de la prueba de campo).

## **CONFIABILIDAD Y VALIDACIÓN**

Uno escucha frecuentemente preguntas y comentarios sobre la validación y confiabilidad de los instrumentos. Fundamentalmente, la validación se refiere a la cuestión de si un instrumento mide lo que se propone medir. Existen muchos métodos que se utilizan para evaluar y medir la validación. La confiabilidad se refiere a la cuestión de si un instrumento mide los factores de manera consistente. Algunas personas consideran a veces que un instrumento puede ser válido pero no confiable. No entraremos en esa discusión. Presentaremos evidencia que demuestra tanto la validación como la confiabilidad considerándoles ideas autónomas.

## **CONFIABILIDAD BASADA EN LOS PROCESOS DE RESPUESTA Y EN LA ESTRUCTURA INTERNA**

La primera cuestión sobre la confiabilidad del instrumento surge al preguntarse “qué tan bueno es”, o si es realmente útil. La palabra “confiabilidad” siempre significa “consistencia” cuando se aplica a evaluaciones. La validación basada en el contexto y en la relación con otras variables.



## **Existen varios procedimientos comúnmente utilizados para este proceso de estadística rutinario.**

La confiabilidad de la re-evaluación es la consistencia de los resultados obtenida para la misma persona cuando se evalúa dos veces por el mismo instrumento. La confiabilidad de una forma alterna ofrece al sujeto dos formas similares del instrumento. Tanto la re-evaluación como una confiabilidad de una forma alterna deben demostrar tanto el coeficiente de confiabilidad como duración que exista entre la primera y la segunda evaluación. Estos dos procedimientos se enfocan en la consistencia de la medición.

Esta consistencia y la ventaja de “haberse aprendido el examen” es una preocupación para la habilidad y el conocimiento de la medición.

El instrumento Motivation Insights® no es susceptible de tomar ventaja al hacer repetidas veces el instrumento debido a que está basado en un método de auto-reporte. Las escalas del instrumento son estables en la medida en que la percepción del individuo y su “auto-concepto” sea constante.

Otro método para reafirmar la confiabilidad es dividir la prueba en dos, determinando la correlación que existe entre los dos grupos de puntuaciones. Esta técnica reduce el riesgo de los métodos antes mencionados al eliminar el periodo de tiempo que se tiene que dejar entre las dos fechas de realización de la misma prueba. La confiabilidad Kuder-Richardson se basa también en una forma única de administración del instrumento y mide la consistencia de las respuestas en todos los puntos de la evaluación. La fórmula Kuder-Richardson es realmente la medida de todos los coeficientes basándose en las divisiones que tenga la prueba.

La fórmula Spearman-Brown es otra estadística que ofrece un coeficiente de confiabilidad y se utiliza frecuentemente en los métodos de dividir la prueba en dos. Spearman-Brown hace una diferencia al incluir un método para duplicar los números de puntos en un instrumento como parte de su fórmula. Al duplicar los números de puntos en el instrumento, la confiabilidad se incrementa. Algunos críticos de esta fórmula dicen que esto sólo incrementa de manera artificial la confiabilidad de la evaluación. Los coeficientes de confiabilidad que existen hasta este momento son aquellos que pueden calcularse a mano o utilizando una calculadora.

El coeficiente alfa es la expresión de confiabilidad de un instrumento y lo ordena de 0 a +1.00. Un instrumento con una confiabilidad perfecta podría tener un coeficiente alfa de +1.00, aunque no existe uno que alcance tal puntuación hasta ahora. Además, no existe un estándar o niveles de acuerdo de qué hace mejor o peor a una correlación para estos propósitos. Sin embargo, existe un acuerdo general sobre el estándar mínimo para un alfa igual o superior a .6, algunos existen que piden una puntuación de .7 o superior. Obviamente, entre más alto sea el coeficiente alfa más fuerte será coherencia entre los puntos. El método Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) (Cronbach, 1951) es considerado por muchos como la confiabilidad alfa más fuerte a la fecha (Anastazi,



1976; Reynolds, 1994). “El Coeficiente  $\alpha$  es la máxima probabilidad estimada del coeficiente de confiabilidad si el modelo paralelo se asume como verdadero” SPSS, p.873). Para datos dicotómicos, “La Alfa de Cronbach es equivalente al coeficiente de la fórmula Kuder-Richardson 20 (KR20). La Alfa de Cronbach es utilizada para determinar los coeficientes de confiabilidad utilizados en los factores del instrumento Motivation Insights. Se pide al lector que compare los coeficientes de confiabilidad presentados en este manual con los de otras pruebas, también se pide que pregunte cuál es su número alfa.

## **VALIDACIÓN BASADA EN EL CONTEXTO Y EN SU RELACIÓN CON OTRAS VARIABLES**

La Validación ayuda a responder la pregunta, “¿El instrumento mide lo que se supone que debe medir?” También puede hacerse esta pregunta: “¿Qué tan bien hace esa medición?” Estas preguntas son obviamente más difíciles de responder y podría dar pie a la subjetividad. Retomando las preguntas de validación, el punto importante a considerar es la relación entre el desempeño del instrumento y los hechos observables del comportamiento que se estudia. Cuando alguien dice, “La prueba no es precisa”, el comentario se refiere directamente a validez de la prueba, no a la confiabilidad. Una forma precisa de expresar esto es, “La prueba no es válida”. Existen tres formas primarias de validación: Contenido, relación con el criterio, y validación de constructo.

La validación del contenido examina el contenido del instrumento para determinar si cubre la materia de comportamiento medido. Los exámenes simples de los factores en una prueba de biología o química deben indicar cuestiones relacionadas con la materia.

Cuando esto se utiliza en el desarrollo las evaluaciones Motivation Insights, es importante que los seis factores estén representados en la misma proporción. Además, es importante conocer qué palabras son socialmente atractivas como un elemento de la validación del contenido. Si no existe un equilibrio entre las palabras o que no sean socialmente atractivas, la validación del contenido se verá afectada. El instrumento Motivation Insights se sometió a la validación del contenido, fue entonces que se modificaron algunos descriptores para asegurar la validación del contenido y la confiabilidad del instrumento.

La validación relacionada con el criterio es la capacidad de un instrumento para predecir el comportamiento de acuerdo a determinadas situaciones. Los resultados de una persona en un reporte se comparan con una gran cantidad de “criterios” externos. En el uso del instrumento Motivation Insights y en sus reportes, existe una gran variedad de estudios que se encuentran disponibles en TTI Performance Systems. Estos se encuentran claramente ligados a los diferentes resultados especificados para tener éxito en cada puesto de trabajo y en áreas bien definidas. La validación relacionada con el criterio tiene dos variantes: validación concurrente y validación predictiva. La validación concurrente examina la puntuación de una persona y la compara con



criterios externos mientras aplica el instrumento. La validación predictiva compara la puntuación de una persona con los criterios después de un intervalo de tiempo especificado. Ambos métodos proveen gran soporte para instrumento Motivation Insights.

La validación de constructo examina la capacidad del instrumento para medir un constructo teórico o rasgo. La validación de constructo se genera a partir de un patrón de evidencia y en múltiples medidas a lo largo de una variedad de fuentes. Algunos consideran, en un análisis de un rasgo de comportamiento, la inclusión de los cambios de desarrollo de los participantes al contestar el instrumento a diferentes edades o circunstancias de vida o bajo diferentes puntos de vista. La correlación entre los diferentes resultados es una forma de validación de constructo.

Una técnica muy importante en la actividad de la validación de constructo es un factor de análisis. Esta es una técnica que “mejora” un instrumento al comparar y analizar las interrelaciones de los datos. En este proceso de interrelaciones se examinan y “destilan” todas las combinaciones iniciales, para convertirlas en un pequeño número de factores o rasgos comunes.

El instrumento Motivation Insights ha sido mejorado gracias al proceso del factor de análisis y ha hecho modificaciones sutiles en sus puntuaciones, obteniendo una mejor validación y confiabilidad.

## EVIDENCIA CONVERGENTE Y DISCRIMANTE

**Dos puntos más forman parte de la examinación de la validación.** Éstos básicamente se refieren a la pregunta de si la clasificación al utilizar un instrumento de manera apropiada identifica individuos comunes (Convergente) y los diferencia del resto que pertenezcan a una clasificación diferente (Discriminante). Una vez más la mayoría de la evidencia de estos poderes se fundamenta en la aplicación exitosa de este instrumento.

## IMPACTOS CULTURALES

**Aunque existen muchas culturas y sub-culturas en una población, los efectos del lenguaje de grupo son los niveles de diferenciación implementados en las versiones del instrumentos Motivation Insights®.** Las culturas difieren sobre cómo se definen y juzgan comportamientos específicos. Cualquiera que se enfrente a otra cultura puede darse cuenta de los cambios de manera inmediata. Por ejemplo: una conversación con un fuerte tono de voz puede ser signo de una buena amistad en un cultura, y puede ser signo de enojo en otra. Es importante considerar este tipo de diferencias al aplicar este instrumento en culturas diferentes. En respuesta a estas diferencias, se han desarrollado versiones específicas de Motivation Insights® y se han revisado para diferentes grupos de lenguaje. Las descripciones utilizadas en





el contenido del instrumento son revisadas para mantener la confiabilidad y coherencia con los conceptos de la escala para cada idioma. Si se considera importante, se pueden calcular normas y distribuciones específicas una sub-población en específico.

## PESO DE LOS FACTORES Y ESCALA DE CONSTRUCCIÓN

En primer lugar, el proceso de resumir la frecuencia de las respuestas produce una puntuación que se vuelve una medida de comparación, no una medida de cantidad. La puntuación es un conteo de las descripciones seleccionadas por el sujeto. Este conteo se compara en el de las demás personas sobre la muestra de la población. Estos conteos puros en algunas escalas no se comparan directamente. Esto es, seleccionado 10 factores “x” y 5 factores “y” no significa que uno sea más x. Sin embargo, si en la referencia de la población el promedio selecciona 5 factores “x” y 7 factores “y”, y después un individuo selecciona 10 factores “x” puede evaluarse razonablemente pues se ve a sí mismo más motivado por el factor “x” que el resto de la población. Con tal de que la interpretación se limite a este tipo de comparaciones en orden, la observación que una “x” pueda tener una conexión más fuerte con un rasgo que otra “x” no es un problema. En este instrumento la comparación está hecha por resultados puros de individuos contra los de una referencia media de la población (promedio). Es importante notar que las escalas no son cantidades de las características.

Estas comparaciones están basadas en aterrizar la referencia de la población como una representación de las personas. En este instrumento las normas de comparaciones son representativas de los usuarios actuales del instrumento. Cuando es posible, se desarrollan normas específicas para grupos culturales únicos. Cada normativa de distribución se utiliza como referencia para una versión de un instrumento claramente identificado.

## REVISIÓN

Target Training International (TTI), TTI Performance Systems (TTIPS), y Success Insights International (SI) inició una revisión de la evaluación Personal Interests, Attitudes and Values™ (PIAV) durante el verano de 2002. El instrumento Motivation Insights® está disponible en dos formatos: Workplace Motivators® y PIAV™. El objetivo principal fue la revisión de la confiabilidad de la escala y del contenido para cada uno de los 12 grupos de frases, dando por resultados 72 indicadores utilizados para elaborar las seis escalas.

Las escalas de confiabilidad y la cohesión de los factores junto con sus escalas se examinaron para las muestras. **La siguiente descripción de la revisión del proceso señala los pasos para examinar la confiabilidad de los factores, y las construcciones de escala.**





Todos los casos revisados y examinados se tomaron de las respuestas obtenidas en la aplicación del Motivation Insights® durante el último año. En la mayoría de las evaluaciones el número de casos excedía el número apropiado que se necesitaba para examinación estadística de la evaluación. Una o más muestras de evaluación se tomaron en cuenta para establecer los datos. Además, la re-evaluación de los procesos confirmó y reafirmó las conclusiones y parámetros.

La mayoría de los procedimientos estadísticos no requieren de un gran número de casos disponibles para la examinación. Además, para la mayoría de evaluaciones estadísticas los ejemplos muestra se tomaron de sub-poblaciones. El uso de muestras permitió el desarrollo de la hipótesis de que podía evaluarse contra otra muestra que fuera independiente de la primera. Este proceso de examinación se aplicó frecuentemente para confirmar las recomendaciones para la edición y revisión. Tales comparaciones confirmaron patrones generales de rasgos psicológicos con diferencias significativas sobre cómo indicadores específicos (palabras, ideas) se conectan con diferentes grupos culturales e idiomas.

Dos aspectos se tomaron en cuenta al momento de examinar la coherencia de las escalas para Motivation Insights®. Una examinación tomó en cuenta patrones de varianza común (factor análisis). Su objetivo era si las respuestas presentaban un patrón de coherencia que justificara la construcción de escalas teóricas.

Una segunda examinación aplicada a la matriz de construcción de escala observaba la coherencia de cada factor con su escala asignada, y la confiabilidad general de esa escala de construcción. Estas examinaciones utilizan el alfa de Cronbach ( $\alpha$ ).

## **EXAMINACIÓN DE LA COHERENCIA TEÓRICA**

La construcción de una escala comienza con la implementación de constructo teóricos con una medida operacional. Para confirmar la coherencia de los descriptores asignados a cada escala se examinó una muestra de respuestas utilizando el Principio Componente Análisis del Factor. En este procedimiento estadístico se examinaron los setenta y dos (72) factores para encontrar patrones de variación similares. Cada factor es un constructo latente, una característica no medida. El procedimiento consiste en enlistar los factores con una medida de covarianza para cada una de las variables. Estos coeficientes pueden positivos, negativos o neutrales. Al seleccionar los factores con coeficientes sustanciales positivos o negativos, uno identifica la constelación de factores que describen un factor latente. Frecuentemente un factor reflejará dos grupos de elementos que contrastan. Se puede encontrar una primer característica entre todos los elementos que compartan un coeficiente positivo, y una segunda entre los elementos que compartan coeficientes negativos. Si el listado de elementos es coherente con la lista de



elementos teóricos asignados a la escala, entonces se puede concluir que la implementación de la teoría como escala se construyó correctamente. Cuando un elemento tiene un fuerte coeficiente positivo con otros elementos colocados en una escala que no esté asignada, entonces se debe cuestionar ya sea la teoría, o los elementos. La mayoría de los elementos están alineados a sus escalas asignadas. Sin embargo, la anomalía más común es que un elemento no tenga un coeficiente positivo en ninguna escala. En este caso el elemento no se utiliza como indicador de medición de una característica, incluso si tiene una buena descripción.

## **NORMAS Y PARÁMETROS DE POBLACIÓN**

El origen confiable de las versiones actuales de Motivation Insights® está basado en la culminación de múltiples evaluaciones que incluyen la diversidad de las fuentes de datos y las muestras. La examinación de versiones anteriores que empezaron en 2002 involucraron más de 100,000 cuestionarios respondidos. El elemento actual y la escala de confiabilidad es la culminación de esta repetición de evaluaciones utilizando muestras diferentes. El origen confiable del instrumento se fortalece con estas evaluaciones repetidas de manera independiente. Las muestras se originaron de los recientes usuarios del instrumento. Estos usuarios representan una gran cantidad de individuos utilizando el instrumento.

Este proceso cambió el punto de referencia para la comparación del estilo desde su punto histórico de desarrollo hasta el siglo XXI con el reconocimiento de los comportamientos cambiantes y de las expectativas sociales.

## **GÉNERO**

Un elemento para considerar en cualquier instrumento diseñado para brindar servicio a empresas y a usuarios particulares en el siglo XXI es el efecto que el género en los patrones de respuesta. Un elemento examinado durante la revisión del instrumento fueron las diferencias en los patrones de respuesta por género. Como se esperaba, existen algunas diferencias en los promedios de escala. Sin embargo, estas diferencias indican cambios relativamente menores en el dominio de expresiones específicas de comportamiento. Ya que estas diferencias ya sean biológicas, sociales, o ambas no resultan importantes para la efectividad del instrumento. Lo que sí es importante es que las mediciones del instrumento reflejan información de retroalimentación que no inducen prejuicios de género. Para responder a este desafío se utilizaron muestras para establecer una distribución y se evaluaron las normas. Cuando una muestra es representativa proporcionalmente de hombres y mujeres, no se requiere ningún tipo de ajuste. Sin embargo, cuando existe una desproporción entre hombres y mujeres, se aplica un ajuste a estos datos para establecer una igualdad en los efectos de los patrones de hombres y mujeres.



## VERSIONES DE IDIOMAS

Motivation Insights se encuentra disponible en varios idiomas. Muchas de estas versiones se evaluaron de manera separada y se desarrollaron como instrumentos independientes. Cuando se realiza este desarrollo la descripción de los elementos se analiza de acuerdo a la coherencia con su escala asignada, y se mide la confiabilidad de estos. Este proceso genera una adaptación de los elementos, y cuando es necesario, una revisión de la escala para desarrollar un instrumento que sea confiable y apropiado para el grupo cultural/lenguaje definido.

Las normas específicas de distribución sobre una versión en un idioma concreto se calculan con base en las respuestas de esa versión para ofrecer a los clientes una retroalimentación clara que sea relevante para el grupo que utilice el instrumento. Las hojas de la información técnica están disponibles para cada versión en concreto.

## RESULTADOS

A continuación se muestran unos resúmenes tomados de ciclos de evaluaciones de varios instrumentos de motivadores de TTI SI. Estos reportes se organizaron por idioma y después del más reciente al más antiguo. Es importante darse cuenta que las evaluaciones más recientes utilizaron tanto datos de las versiones anteriores como posteriores. Es importante notar que las pequeñas diferencias en confiabilidad y en otros coeficientes se consideran mejor como diferencias menores en las muestras y no son sustanciales en los valores coeficientes.

## EVALUACIONES MOTIVATION INSIGHTS® US 2011.i

### Resumen

Estas evaluaciones del instrumento Motivational Insights® consideran 38,314 respuestas. Estas respuestas se recolectaron durante 2010 y 2011. Estos datos contienen respuestas de hombres (57.8%) y de mujeres (42.2%)

Los resultados de estas evaluaciones indican la confiabilidad para las seis escalas con una alfa de Cronbach de entre .7 a .8.

Las correlaciones entre las seis escalas indican que son sustancialmente independientes como mediciones. Los puntajes en las escalas se utilizan para generar comparaciones significativas e interpretaciones.



Motivation Insights® es un instrumento fuerte y confiable aplicable a cualquier tipo de población. Los esfuerzos continuos por mejorar la calidad se aplican a este instrumento de motivadores, actitudes y valores para el siglo XXI.

### **Antecedentes**

El instrumento Motivation Insights® contiene doce grupos con seis frases cada uno. Cada frase es un indicador de uno de los seis motivadores latentes. Los individuos ordenan los seis elementos del 1 al 6, siendo el 1 orden más elevado posible para una frase, hasta el 6, siendo el orden posible más bajo para una frase. Las escalas se construyen al invertir el orden, agrupando órdenes de elementos, y ajustando los posibles puntajes hacia arriba para evitar los “ceros” posibles. Las escalas se etiquetan como TEÓRICO, UTILITARIO, ESTÉTICO, SOCIAL, INDIVIDUALISTA y TRADICIONAL.

### **Coherencia de los elementos y Confiabilidad**

La escala de confiabilidad se calculó utilizando el alfa de Cronbach. Ha sido considerado como la evaluación estadística más apropiada para calcular la confiabilidad. La consistencia del modelo interno estadístico, con base en la correlación promedio entre factores. Estas evaluaciones son más rigurosas que las estadísticas tradicionales. El alfa de Cronbach es una estadística que mide de 0-1. En general una  $\alpha$  igual o superior a .6 es considerado como el mínimo aceptable, aunque algunas autoridades consideran un estándar mínimo de .7.



El alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) para las seis escalas se basa en datos de US 2011.i de .68 a .83. Con base en estos descubrimientos se puede concluir que el instrumento Motivation Insights® se confirma como una medida consistente y confiable de la escala de constructos.

Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) para la seis escalas de Motivation Insights® N=38,314, F=42.2%, M=57.8%	
Teórico	0.755
Utilitario	0.820
Estético	0.822
Social	0.829
Individualista	0.679
Tradicional	0.705

### Normas de Referencia

La interpretación de Motivation Insights® se basa en cómo las respuestas de una persona se comparan con la muestra de referencia utilizada para establecer un criterio. Establecer estas normas de referencia recibe un impacto de dos juicios.

Primero, los criterios estadísticos se basan en una muestra estratificada, que utiliza casos con la ponderación de género. Este ajuste aplica una ponderación para cada caso de tal manera que los resultados netos consideren una proporción 50:50 de hombres y mujeres. Este ajuste elimina el sesgo que existía en la muestra anterior que consta de una proporción 58:42 de hombres y mujeres. Así, el instrumento se considera neutral, y las normas son iguales para hombres y mujeres que completen la prueba. Esto no quiere decir que los hombres y mujeres ordenen los seis elementos de la misma manera.

La comparación indica que los hombres ordenan los valores Teórico, Utilitario e Individualista de manera más elevada que las mujeres. Una mujer ordena los valores Estético, Social y Tradicional de manera más elevada que los hombres. Esto es coherente con las predicciones basadas en la comprensión de los roles de género de los valores en Estados Unidos. Equiparando la relación de hombres y mujeres en las muestras, el instrumento no refleja un dominio del orden masculino.

Al asignar los puntos de corte para los informes, se utilizan la mediana y los porcentajes de las estadísticas de género ajustados. Una vez más, esto minimiza el sesgo derivado de las tasas de participación desiguales para hombres y mujeres en la muestra original. El uso de la mediana y los porcentajes es también un reflejo más preciso de las características estructurales de las escalas de medida. Las puntuaciones de estas escalas son números enteros, no continuos.



### Correlaciones

La siguiente tabla enlista las correlaciones de las escalas. Una vez determinado el tamaño de la muestra, todas estas correlaciones son estadísticamente significativas, sin embargo, muchas no son lo suficientemente sustanciales como para considerarse consecuenciales. Para nuestros propósitos un coeficiente de .3 o mayor indica una relación que vale la pena tomar en cuenta. Las correlaciones con coeficientes negativos indican que cuando los valores se incrementan en una escala la segunda decrece. El coeficiente más positivo está entre el Social y el Tradicional en .145 con el 2% de varianza aproximadamadamente. Este coeficiente no excede  $\pm .3$  y además se considera como no consecencial.

	Teórico	Utilitario	Estético	Social	Individualista	Tradicional
Teórico	1					
Utilitario	-0.027	1				
Estético	-0.057	-0.337	1			
Social	-0.401	-0.547	-0.056	1		
Individualista	-0.082	0.191	-0.553	-0.298	1	
Tradicional	-0.386	-0.334	-0.222	0.145	-0.127	1

Los coeficientes negativos indican que las escalas son opuestas. En este caso, un valor más alto en una, tiende a asociarse con el valor más bajo de la otra. La correlación más negativa está entre el Estético y el Individualista (.553). Este nivel de oposición indica que alrededor del 31% de la varianza en una escala se puede atribuir a la varianza en la otra escala. Este nivel de relación inversa concuerda con la relación generalmente comprendida entre estas dos motivaciones. Hay una varianza no compartida que nos permite juzgar que las escalas son independientes y no miden el mismo concepto latente. La correlación entre el Utilitario y el Social es cercana al -.547. Una vez más esta relación inversa se apoya en una generalización teórica aceptada.



## Conclusiones

Esta evaluación es un importante seguimiento y una confirmación de las implementaciones originales la evaluación Motivation Insights® de TTI SI. El uso de más de 38 mil pruebas de 2010 y 2011 ofrece una base sólida para confirmar la confiabilidad del instrumento y realizar ajustes menores cuando se requieran de acuerdo a las normas de referencia. La actualización de las normas de referencia que hacen uso de datos ajustados para las diferencias en la participación de hombres y mujeres en esta gran muestra, genera estos criterios representativos de una población más grande y lo coloca a la vanguardia en el siglo XXI.

**Proporcionado por:**

Peter T. Klassen, Ph.D. Principal, DocumentingExcellence.com

Professor Emeritus, College of DuPage

12 May 2011





# Impacto Adverso

MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

**Muestra aleatoria N=17,801**

Medición	Media	Desviación Estándar
Teórico	46.93	9.37
Utilitario	47.44	10.49
Estético	32.19	9.88
Social	46.81	9.91
Individualista	39.96	8.63
Tradicional	38.66	8.39

**Hombres N= 10,667**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la muestra aleatoria
Teórico	47.67	9.44	0.74
Utilitario	48.93	10.35	1.49
Estético	30.70	9.58	-1.49
Social	44.55	9.58	-2.27
Individualista	41.81	8.37	1.85
Tradicional	38.34	8.38	-0.32

**Mujeres N=7,134**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	45.82	9.13	-1.11	-1.85
Utilitario	45.21	10.31	-2.23	-3.72
Estético	34.42	9.90	2.23	3.72
Social	50.21	9.41	3.40	5.66
Individualista	37.20	8.26	-2.76	-4.61
Tradicional	39.14	8.37	0.48	0.80



## MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

### ***Caucásicos N=11,988***

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la muestra aleatoria
Teórico	46.52	9.45	-0.41
Utilitario	47.92	10.54	0.48
Estético	32.18	10.14	-0.01
Social	46.27	10.00	-0.55
Individualista	40.53	8.72	0.56
Tradicional	38.58	8.47	-0.08

### ***Afroamericanos N=1,849***

Medición	Media		Diferencia de la muestra aleatoria	Diferencia del grupo no protegido*
Teórico	45.59	8.03	-1.34	-0.93
Utilitario	46.91	9.97	-0.54	-1.02
Estético	29.97	8.31	-2.22	-2.21
Social	50.12	8.94	3.31	3.86
Individualista	39.78	7.53	-0.18	-0.75
Tradicional	39.62	7.92	0.97	1.04

### ***Indoamericanos o Nativos de Alaska N=175***

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	46.30	8.53	-0.63	-0.22
Utilitario	44.32	10.79	-3.12	-3.60
Estético	33.11	9.40	0.92	0.93
Social	47.87	9.29	1.05	1.60
Individualista	38.94	8.31	-1.02	-1.59
Tradicional	41.46	8.27	2.80	2.88



MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

**Asiáticos N=1,079**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	52.19	8.94	5.26	5.67
Utilitario	45.51	10.69	-1.94	-2.42
Estético	33.86	8.93	1.67	1.68
Social	47.03	9.45	0.21	0.76
Individualista	36.01	8.30	-3.96	-4.52
Tradicional	37.41	7.94	-1.25	-1.17

**Hispanos o Latinos N=1,078**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	47.16	8.96	0.22	0.63
Utilitario	46.36	10.20	-1.08	-1.56
Estético	32.49	9.56	0.30	0.30
Social	47.65	9.99	0.83	1.38
Individualista	39.15	8.55	-0.82	-1.38
Tradicional	39.20	8.16	0.54	0.62

**Dos o más razas N=608**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	47.67	9.32	0.74	1.15
Utilitario	46.78	10.48	-0.66	-1.14
Estético	33.24	9.85	1.05	1.06
Social	46.65	9.85	-0.17	0.38
Individualista	39.52	8.25	-0.45	-1.01
Tradicional	38.14	8.57	-0.52	-0.44



## MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

### **No-Discapitados N=16,575**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la muestra aleatoria
Teórico	46.86	9.35	-0.07
Utilitario	47.46	10.49	0.02
Estético	32.10	9.83	-0.09
Social	46.87	9.91	0.06
Individualista	40.03	8.60	0.07
Tradicional	38.67	8.38	0.02

### **Discapitados N=228**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	47.92	8.90	0.99	1.05
Utilitario	46.14	10.54	-1.30	-1.32
Estético	32.74	9.67	0.55	0.64
Social	47.50	9.86	0.69	0.63
Individualista	38.90	9.09	-1.06	-1.13
Tradicional	38.80	8.68	0.14	0.12



## MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

### **No Veteranos N=15,517**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la muestra aleatoria
Teórico	46.82	9.38	-0.11
Utilitario	47.48	10.52	0.03
Estético	32.25	9.86	0.06
Social	47.03	9.91	0.21
Individualista	39.78	8.55	-0.18
Tradicional	38.64	8.40	-0.02

### **Veteranos Discapacitados N=122**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	46.98	8.92	0.05	0.16
Utilitario	46.57	9.87	-0.88	-0.91
Estético	30.17	9.73	-2.02	-2.08
Social	46.41	8.65	-0.40	-0.62
Individualista	43.56	8.50	3.59	3.77
Tradicional	38.31	8.66	-0.34	-0.33



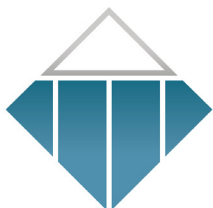
## MOTIVADORES/DATOS DE FEBRERO DE 2012

### **Otros Veteranos N=895**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	47.48	9.02	0.54	0.65
Utilitario	47.13	10.27	-0.31	-0.35
Estético	29.96	9.27	-2.23	-2.29
Social	45.22	10.04	-1.59	-1.80
Individualista	43.16	8.99	3.19	3.37
Tradicional	39.05	8.06	0.39	0.41

### **Veteranos de Vietnam N=216**

Medición	Media	Desviación Estándar	Diferencia de la prueba aleatoria	Diferencia del grupo no protegido
Teórico	47.41	8.30	0.48	0.58
Utilitario	48.28	9.92	0.83	0.80
Estético	30.90	9.69	-1.29	-1.35
Social	43.47	9.36	-3.34	-3.55
Individualista	42.43	8.29	2.46	2.64
Tradicional	39.52	8.51	0.86	0.88



## Sobre TTI Success Insights, Ltd.

TTI Success Insights, Ltd. es líder en el desarrollo de evaluaciones validadas y basadas en una investigación profunda y constante. Ofrece herramientas de consultoría laboral y profesional para satisfacer necesidades en el área de recursos humanos. Varias empresas de la Revista Fortune 500 utilizan los productos de TTI Success Insights. Actualmente estas herramientas tienen presencia en más de 90 países y están disponibles en más de 40 idiomas. TTI SI también es líder en investigaciones de vanguardia sobre el comportamiento de las personas, la comunicación en el lugar de trabajo, así como sobre las actitudes y el desempeño. TTI SI desarrolla liderazgo de opinión en áreas educacionales, empresariales y de interacción humana. Para mayor información visite [www.ttisuccessinsights.cl](http://www.ttisuccessinsights.cl)