

## La conciencia intencional, como estrategia de motivación y medio efectivo de mejora y actualización, que recursos humanos ofrece a la administración moderna

VÁZQUEZ-LÚNDEZ Jorge Luis†, DE LA GARZA-CIENFUEGOS Sandra Patricia, ARMENDÁRIZ-MARTÍNEZ. Juan Francisco y BANDA-LOYA, Luis Fernando

*Universidad Autónoma de Coahuila, Blvd. V. Carranza SN, República Oriente, 25280 Saltillo, Coah. Facultad de contaduría y Administración. U. Norte*

Recibido 08 de Enero, 2017; Aceptado 22 de Mayo, 2017

### Resumen

El deseo de que las cosas mejoren automáticamente y la incapacidad interna de producir un cambio necesario, tratando de convencerse ante este malestar emocional de su personal, debe tender hacia un cambio positivo que intuye para su mejora; la única opción que posible es modificar la actitud de forma reflexiva hacia la disposición amable hacia un desarrollo donde la motivación interna del personal sea una estrategia sea determinante. La aceptación de la intencionalidad enfocada hacia la conciencia intencional de la organización tiende definitivamente hacia la generación de acciones de motivación más plenas y más profundas, para lo cual es necesario primeramente su representación mediante pensar, desear y ejecutar, lo anterior puede ser logrado, mediante actos subjetivos de la conciencia. Los elementos más relevantes para llevar a cabo una transformación necesaria del comportamiento de donde resulta la percepción de tácticas y técnicas de control sostenidos, para que el cambio en la mentalidad se produzca. Como complemento de todo eso la motivación unida a la intencionalidad, de manera muy importante se alcanza como estrategia, un enfoque de aprender a vivir, actuar y laborar de manera cada vez más plena y efectiva, formando parte de un todo denominado Recurso Humano de la organización.

### Conciencia Intencional. Efectividad. Actitud y Motivación

### Abstract

The desire that things will improve automatically and the inability to produce a necessary change, trying to convince yourself to this emotional discomfort of staff, internal should tend towards positive change that suspects for its improvement; the only option it is possible to modify reflective attitude towards the friendly disposition as development where the internal motivation is a critical strategy. Acceptance of intentionality focused on the intentional awareness of the Organization, definitely tends toward the generation of actions of motivation deeper and more fulfilling, for which it is necessary first of all through representation think, want, and run, this can be accomplished, using subjective acts of conscience. The most relevant elements to carry out a necessary transformation of behavior where the perception of tactics and techniques of control is held, to allow the change in mentality. As a complement of this United motivation to the intentionality, in a very important way is reached as a strategy, an approach to learning to live, Act, and work way more fulfilling and effective, forming part of an all called human resources of the organization.

### Intentional consciousness. Effectiveness. Attitude and motivation

**Citación:** VÁZQUEZ-LÚNDEZ Jorge Luis, DE LA GARZA-CIENFUEGOS Sandra Patricia, ARMENDÁRIZ-MARTÍNEZ. Juan Francisco y BANDA-LOYA, Luis Fernando. La conciencia intencional, como estrategia de motivación y medio efectivo de mejora y actualización, que recursos humanos ofrece a la administración moderna. Revista de Filosofía y Cotidianidad.2017, 3-7:39-53.

† Investigador contribuyendo como primer autor.

**Introducción**

Es importante tener en cuenta que la conciencia es intencional en su propia constitución en cuanto es formal en la conciencia de algo, la actividad intencional planeada que en este estudio, se orienta hacia la organización, todos los esfuerzos que actúan en el proceso interactivo, en algún caso la responsabilidad, el compromiso y disminución de fallas laborales y la motivación misma, enfocada al Recurso Humano, suponen intencionalidad, pero más allá del ámbito de la conciencia en la medida en que constituye un elemento desde el cual es posible su reactivación trascendente debe ser vista desde este sentido. Esta actividad, en tanto que adapta a los objetos de ella a las necesidades organizacionales, es también una necesidad. Así pues, esta función tiene que ser ejercida dentro de aquella para que la organización alcance su objetivo. (W. Delthey, 1966).

El papel de la ideología en relación que puede ser expresada mediante intencionalidad empresarial en una formación laboral, no consiste sólo en explicar a los agentes de la dinámica y fuentes de la estructura en que se encuentran intercalados, sino más bien, en la identificación de acciones que, a modo de actividad práctica, son partícipes activos.

Es importante tener en cuenta que la conciencia es intencional en su propia constitución, en cuanto es formal en la conciencia de algo; por tanto, la realidad no puede suponer entidades absolutas que se vinculen a algo distinto, sino que, en el sentido más radical, la realidad debe poseer la presencia de elementos intencionales en presencia de la conciencia personal y organizacional misma, para ser conformados y orientados hacia el logro de fines específicos.

Por otra parte, los fallos humanos en la toma de decisiones en las organizaciones, son cada vez más evidentes y costosos ante un mercado cada día más competitivo, que no permite mucho margen de maniobra y deja fuera de competencia a todas aquellas organizaciones que no aciertan en sus decisiones. De acuerdo a Paul C. Nutt (Nutt P. C., 2002) más de la mitad de todas las decisiones de negocios fracasan y cerca del 70% de los esfuerzos de gestión de cambio no tienen éxito.

El fenómeno a estudiar que se plantea en el presente proyecto es el fallo humano en la toma de decisiones estratégicas, a investigarse en la organización. Por lo anterior, se define el fenómeno de estudio como los fallos en los que una secuencia planificada de actividades mentales tendientes a la toma de decisiones no logra alcanzar el resultado deseado y no es atribuido al azar (Reason, 1990).

**Justificación y enfoque**

El enfoque de este estudio, así como la relevancia del tema, se basan en centralizar el origen socio cultural y humano de la intencionalidad y su comportamiento basado en el incremento de la motivación intencional hacia la búsqueda de contenidos informativos y su orientación hacia fines utilitaristas específicos y por supuesto pasando por la búsqueda intrínseca de los resultados que estos fines pretenden en beneficio de la Organización, activando el proceso de recuperación de las personas hacia una adaptación y cambio de mentalidad que provoca nuevas acciones laborales, este enfoque profesional, en la Región Centro del Estado de Coahuila.

## Objetivo General

Ofrecer un marco referencial, desde la experiencia real de las Organizaciones, en favor del fortalecimiento e impulso de la consciencia laboral y social, orientado hacia la práctica, que tenga como base la motivación intencional, considerado este concepto como aportación original, para aspectos fundamentales relativos a establecer oportunidades y crecimiento personal, generando impulsos crecientes hacia oportunidades en el desarrollo profesional y mejora del ambiente laboral del capital humano, en apoyo a la aplicación de la efectividad y el logro de las metas y objetivos.

Los pasos que se pretenden alcanzar en el proceso de este estudio tomando en cuenta el fenómeno en función del desarrollo organizacional y personal son los siguientes:

1. Realizar mediante opiniones reales, un análisis general de situaciones laborales actuales.
2. Visualizar y proponer bases para el desarrollo y aplicación en el proceso administrativo de la Organización Moderna.
3. Detección de los efectos que la mentalidad negativa ofrece en puestos directivos y/o con colaboradores bajo puestos de responsabilidad.

## El Problema Detectado

Los beneficios que, por medio de la motivación, representan para el desarrollo y la aplicación de la intencionalidad considerada como proceso de recuperación de las personas hacia una adaptación y cambio de mentalidad que provoca en ellos realizar nuevas acciones laborales positivas, ante la carencia en la aplicación de los métodos dinámicos estos conceptos aportan en el desarrollo empresarial.

Una opción que la organización actual tiene es cambiar la actitud y la mentalidad hacia la aceptación de opciones que generen nuevas soluciones.

## Sustento Teórico

Para la organización sobrevivir a una crisis y transformarla en un medio para crecer, significa primeramente iniciar un proceso de adaptación mental, adaptar las ideas, desarrollar conciencia y así incorporar nuevos conceptos sobre metas y objetivos previamente trazados.

Para la psicología laboral, este proceso se denomina dominio cognitivo que abarca las siguientes tres etapas:

1. Investigar cual que es causa de la crisis
2. Indagar mediante estudios rigurosos, los hechos de la crisis y enfrentarlos para iniciar el su dominio de manera mental. La indagación se inicia con la comprensión de los acontecimientos reales que violan las expectativas y objetivos.
3. Realizar un “cambio de mentalidad” como desarrollo de nuevas imágenes, e ideas que permitan construir un ambiente radicalmente diferente, que contenga la creación y adopción de nuevos sentidos, prioridades y valores para la organización.

Interpretar la mentalidad como un cambio de actitud, conduce a una visión que acepta la realidad en lugar de negarla como una forma nueva de conciencia empresarial, crear un nuevo sentido en la vida de la organización, más satisfactoria y productiva, ya que una mentalidad estacionaria, constituye un obstáculo permanente para la organización. Otro aspecto importante en este estudio es la intencionalidad, definida en la antigua Grecia. Aristóteles decía: Lo que se presenta a nuestros ojos es una “intencio” del alma.

A finales del siglo XIX, Brentano lo introduce en la psicología occidental como conciencia definida por el hecho mismo de ser intencional, direccionada hacia algo, ubicado fuera de ella misma, o sea, presupone un objeto. De tal modo, la intencionalidad otorga significados a la conciencia, dándole sentido. Husserl, discípulo de Brentano, estudia la intencionalidad desde un carácter estricto, consideraba que la conciencia no existe en un vacío subjetivo, sino que es siempre “conciencia de algo”. La conciencia no sólo no puede ser separada del mundo de sus objetos, sino que ella misma constituye ese mundo.

De acuerdo a la concepción husserliana, no es posible comprender cómo está construida la realidad, sin comprender a fondo la intencionalidad de la conciencia que construye dicha realidad. Husserl abre el camino de la independencia del pensar respecto de la materialidad de los fenómenos.

El psicólogo americano R. May define etimológicamente a la “intencionalidad” como movimiento en dirección a algo, inclinación, tendencia. En este concepto, lo central es la partícula “tend”, que significa inclinarse, dirigirse hacia. “Nuestra acción no es sólo resultado de excitaciones provenientes del pasado; nos movemos “en dirección a” algo. Por otra parte, esta palabra significa también “ocuparse de”. Nos ocupamos de nuestros seres queridos, de nuestro trabajo, dirigimos nuestra atención a nosotros mismos. En uno y otro caso se manifiesta nuestra inclinación, tendencia”.

Como complemento a lo dicho, las organizaciones como sistemas no lineales alejados del equilibrio. Son altamente sensibles a las innovaciones, a los eventos o al azar, propios del ambiente empresarial, sus patrones de comportamiento emergen trabajando básicamente sin intencionalidad.

De hecho, los comportamientos empresariales no corresponden a la intensión de los individuos que los generan, lo que produce inesperados y contados resultados intuitivos (Holland,1995). Lo anterior pone de manifiesto la imposibilidad de predecir y controlar el futuro en la organización y hace necesario encontrar nuevas formas que faciliten su comprensión y desarrollo.

Para este estudio, es importante destacar la relevancia de la motivación se pone de manifiesto al afirmar que una psicología que no concede a la motivación un lugar central en sus preocupaciones no merece calificarse de ciencia de la conducta' (Sin ella no hay movimiento, ni actividad psíquica, ni es posible el comportamiento. Pero también es cierto que, en ocasiones, la motivación ha sido etiquetada de 'tapadera' de la Psicología, cuya función básica es ocultar aquellas cuestiones que la investigación experimental aún no ha conseguido descifrar. Esta disparidad de opiniones ejemplifica el estatus confuso, ambiguo y divergente que han tenido y continúan teniendo las nociones motivacionales en Psicología. Siguan,1979).

La intencionalidad es un movimiento motivacional, y no meramente causal, que tiene capas de sentido a priori que Husserl va llamando “constituciones” (cf. Hua I 170) y que concibe como mundos orientados. Evidentemente, es a través de este concepto como, la intencionalidad puede cobrar el espesor ontológico activo y pasivo que llevaría a la conciencia fenomenológica a en nivel transcendente. (Husserl, Kluwer Academic Publishers, 2001)El presente análisis general se limitará a repensar la relación entre la intencionalidad, con su carga teórica genéticamente orientada a la recuperación de la verdad como adecuación utilitaria, y la autoconciencia, que se perfila como supuesto suyo esencial.

La psicología humanista incorpora los motivos de crecimiento y desarrollo a la tipología motivacional humana. De acuerdo con la perspectiva holística, algunos psicólogos se representan al ser humano como un sistema unitario, de manera que cualquier motivo que afecta a una parte del sistema afecta a toda la persona. (Morales, 1988).

La perspectiva sistémica (Bertalanffy, 1968) sostiene, sin embargo, una concepción relacional de la motivación, según la cual los puntos de partida no son ni los impulsos intraorgánicos ni, tampoco, los estímulos ambientales, sino las relaciones interactivas que, de forma continua, se generan entre un individuo y su entorno. En el caso humano, la complejidad que caracteriza a tales interacciones hace que algunas de las necesidades se transformen en metas y planes de acción, y que el entorno se defina como un mundo percibido y pensado (Nuttin, 1980, 1985). Al priorizar dos tipos de mecanismos auto-regulatorios para proteger la intención frente a presiones alternativas. En primer lugar, los procesos de atención que facilitan el procesamiento de la información relativa a la intención. Por ejemplo, centrar la atención en la resolución de un problema, de manera que éste acapare durante un tiempo toda nuestra atención y esfuerzo olvidando en ese momento otras cuestiones (Kuhl, 1987).

Un enfoque sistémico presenta un modelo con tres subsistemas, estrechamente vinculados entre sí, que se corresponden con los procesos psicológicos básicos -cognoscitivos, emocionales y motivacionales-. La interacción entre los tres subsistemas es continua y ninguno de ellos se explica con independencia de los demás, de manera que cualquier pensamiento conlleva siempre una carga afectiva que influirá, en mayor o menor grado, sobre las percepciones y representaciones mentales, pero también sobre la fuerza motivacional del comportamiento (Kuhl, 1986).

A diferencia de los procesos cognitivos y emocionales, la relación que establece el subsistema motivacional con el entorno se define en función del grado de compromiso que la persona establece con determinadas acciones. Tal y como se ha visto en los apartados anteriores, diversos componentes cognitivos y afectivos (expectativas, atribuciones causales, emociones) influyen sobre la determinación del nivel de compromiso. Pero, lo que define específicamente al subsistema motivacional y lo diferencia de los otros dos es precisamente la relación accional que un individuo establece con el entorno (Barberá, 1991, 1995).

Las Ciencias de la Conducta y la Neurociencia como experiencias cognitivas plantean esa gigantesca transformación paradigmática. La ciencia cognitiva aplicada a las organizaciones, se encuentra contenida en los campos del conocimiento donde confluyen la cibernética, la psicología, la antropología, la biología, la física, la filosofía de la mente, la ecología y otras, que, para reconocer la posibilidad de un conocimiento al menos básico de las organizaciones, que conllevan a una variedad de estados de consciencia de la organización que plantean resultados muy distantes de las metas y objetivos del pasado inmediato. (Holland, 1995)

### **Tipología**

Este trabajo de investigación es de tipo mixto, ya que combina el uso de métodos cuantitativos y cualitativos. Conformada por la parte mostrativa (teórica), que plantea información y por otra, mide las características y atributos de las variables involucradas en los procesos y las opiniones de personas; el trabajo, no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación de las relaciones que existen entre variables. (Creswell, 2013).

Ofrece Una descripción gráfica de las características y de esto se obtienen conclusiones objetivas y coherentes relativas con los desarrollos y los resultados.

### Actividades Generales del Proyecto

- Analizar las causas en forma objetiva
- Búsqueda de la parte positiva de la situación laboral
- Afrontar la parte psicológica de cualidades personales y profesionales
- Detectar las actividades que eleven la autoestima
- Activación de la conciencia de la importancia y valía personal
- Fortalecer puntos débiles y fuertes, su uso para crecer personal y profesionalmente
- Aumentar la mentalidad positiva, hacia nuevas perspectivas de vida
- Búsqueda y generación de nuevas expectativas
- Inicio de la nuevas etapas laborales y profesionales
- Metodología Propuesta

La metodología propuesta para realizar este trabajo es plantear bases preliminares sobre aspectos de la Intencionalidad Empresarial en relación con la motivación para realizar un planteamiento de supuestos básicos, analizar los elementos en forma objetiva utilizando aspectos de investigación mixta con variables reales, desarrollos objetivos y manejo estadístico pertinente, que permitan finalmente de acuerdo a los resultados obtenidos generar aumento de nuevas perspectivas organizacionales y **Actitud:** sistema de valores y creencias, con cierta estabilidad en el tiempo, de un individuo o grupo que se predispone a sentir y reaccionar de una manera determinada ante algunos estímulos.

**Motivación:** es el proceso natural que inicia, guía y mantiene acciones orientadas a lograr un objetivo o a satisfacer necesidades, fuerza que hace actuar y permite seguir adelante incluso en las situaciones difíciles.

**Curiosidad:** actitud ante las cosas ha de ser como la de la primera vez que se hace u observa algo, ante la novedad que permita observar los detalles sin los prejuicios de las primeras impresiones.

**Apertura:** Alcanzar y mantener un estado abierto de lo observado, es necesaria la capacidad de observar la reactividad interna de manera natural, para evitar distorsiones que impondrán pensamientos a las emociones.

**Aceptación:** Apertura hacia las reacciones emocionales sin la necesidad de autocastigos ni lastres de culpa o vergüenza.

**Confianza:** Cualidad propia de los seres humanos, que hace que condesciendan conscientemente hacia opiniones u acciones favorables en la que la persona o grupo es capaz de actuar de forma correcta en determinadas situaciones.

**Autoestima:** valoración positiva, de uno mismo. Para la psicología, se trata de la opinión emocional que los individuos tienen de sí mismos, que supera en sus causas la racionalización y la lógica.

**Mentalidad:** actitud que conduce a una visión que acepta la realidad en lugar de negarla, como una forma nueva de conciencia, crear un nuevo sentido para la vida tanto personal como empresarial.

**Control implantado:** Sistema de valores y creencias, predisuestos para que individuos y/o grupos, sientan reaccionen y actúen de acuerdo a estímulos, que preparados de manera determinada, los induzcan directamente al cumplimiento de fines precisos previamente establecidos.

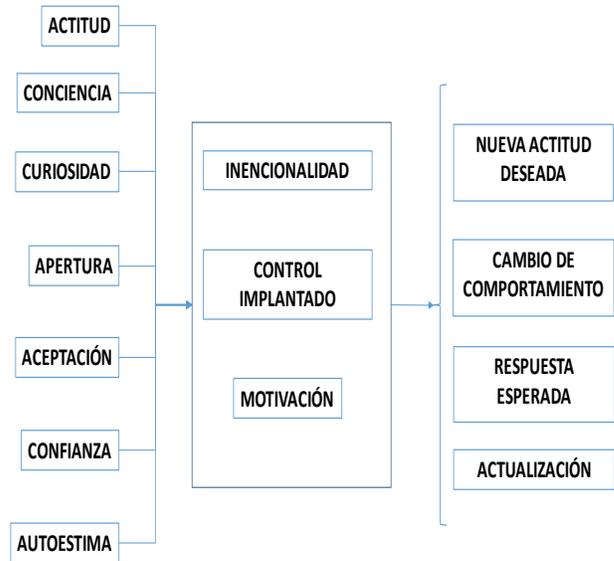
**Hipótesis**

H1. La organización al aplicar la conciencia sobre la actividad intencional, utilizando la mentalidad de motivación, se transforma en una ventaja invaluable para la actuación y dirección de sus recursos humanos, apoyando de este modo el logro de las metas y objetivos organizacionales.

H2. La organización presenta aceptación de la actividad intencional y la motivación del personal como sustento del control implantado y desarrollado por la

H3. El cambio hacia la mentalidad positiva presenta una expectativa de valor agregado para las organizaciones, presenta mejora efectiva en el comportamiento, actuación y dirección, tanto, así como el logro sus metas y objetivos que son orientados por la intencionalidad

**Desarrollo representativo del proceso**



**Figura 1.** Proceso de la conciencia intencional, como estrategia de motivación y medio efectivo de mejora y actualización

*Fuente: Elaboración propia*

**Población y Muestra**

El desarrollo se inicia con una población de 45 sujetos compuesta por directivos y empleados de 10 organizaciones productivas de la Región Centro del Estado de Coahuila.

**Cálculo de la muestra para levantamiento de encuestas**

para proporciones:

población N =	45
p =	50%
q =	50%
nivel de confianza	90%
	$Z_{\alpha/2} = 1.645$
margen de error	5%
tamaño de la muestra $n$ =	40

Triola F. Mario (2013), Estadística, 11a ed. Pearson  
Fórmula desarrollada por Armendáriz-M Juan (2016)

**Figura 2**

Una vez establecidas las 30 preguntas del instrumento se utiliza la siguiente escala:

#### ESCALA LIKERT

- 1 Irrelevante
- 2 Poco Relevante
- 3 Medianamente
- 4 Relevante
- 5 Muy Relevante

### Instrumento de Investigación

El instrumento de investigación queda integrado como a continuación se indica:

#### Instrumento

Se aplica una encuesta en base a diez Variables independientes y veinte variables dependientes, aplicando una encuesta de veinte preguntas cerradas y precisas a cuarenta sujetos integrantes de diez organizaciones de la región centro del Estado de Coahuila.

VARIABLES DE INVESTIGACION		
Independientes		Dependientes
1	Intencionalidad	1 Intencionalidad emocional
		2 Intencionalidad sentimental
2	Actitud	3 Actitud de participación
		4 Actitud de esfuerzo
3	Motivación	5 Motivación inducida
		6 Motivación independiente
4	Curiosidad	7 Curiosidad natural
		8 Curiosidad provocada
5	Apertura	9 Apertura general
		10 Apertura selectiva
6	Aceptación	11 Aceptación profesional
		12 Aceptación conductual
7	Confianza	13 Confianza propia
		14 Confianza sustentada
8	Autoestima	15 Autoestima relacional
		16 Autoestima conducida
9	Mentalidad	17 Mentalidad sensible
		18 Mentalidad guiada
10	Control implantado	19 Control implantado original
		20 Control implantado desarrollado

**Tabla 1** Relación entre Variables

### Realización de análisis estadísticos

Se efectúa una batería de cinco análisis estadísticos, utilizando para ello el paquete SPSS las cuales son:

1. Fiabilidad
2. Frecuencia y porcentaje
3. Análisis de normalidad
4. Estadística descriptiva
5. Análisis factorial

### Obtención de resultados y conclusiones

Se incluye un apartado con los resultados de los análisis estadísticos aplicados y las conclusiones obtenidas

### Realización de análisis estadísticos

#### Primer análisis: Fiabilidad

Para este análisis se obtiene un Alfa de Cronbach de 0.723, el cual se considera aceptable para la muestra resultante, que expresa el grado de exactitud, consistencia y precisión que posee el instrumento de medición utilizado.

Alfa de Cronbach	N. de elementos
.723	20

**Tabla 2** Valor de Alfa de Cronbach. Según Spearman mencionado en (Muñiz, 1998 y 2003) de acuerdo a (García, 2010)

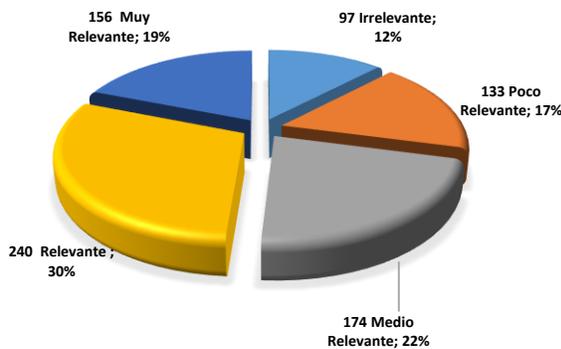
#### Segundo Análisis: Frecuencia y Porcentaje

Consideración del análisis de frecuencia en relación con 800 opiniones consideradas se obtiene lo siguiente:

Opiniones	Escala utilizada	Porcentaje
97	Irrelevante	12%
133	Poco Relevante	17%
174	Medio Relevante	22%
240	Relevante	30%
156	Muy Relevante	19%
800		100%

**Tabla 3** Valores de distribución de Frecuencia y Porcentaje (800 Opiniones)

### Conciencia de la mentalidad con respecto a la actividad intencional de la motivación



**Gráfico 1** Gráfica de distribución de Frecuencia y Porcentaje (800 Opiniones)

Los resultados de este análisis muestran que: existe conciencia en la mentalidad con respecto a la actividad intencional de la motivación orientadas hacia el interior de la misma, con base a los elementos que la conforman de (800) opiniones emitidas, (240) que representa el (30%), indica que es relevante, por otra parte, se indican (156) opiniones, el (19%) que mencionan que es Muy relevante.

Lo cual presenta congruencia con la hipótesis H1. Que fue presentada como: La organización presenta conciencia en la mentalidad con respecto a la actividad intencional de la motivación orientadas hacia el interior de la misma, lo cual es una ventaja para la actuación y dirección de sus recursos humanos, apoyando de este modo el logro de las metas y objetivos.

Solamente (97/800) opiniones (12%) del total, indican que el concepto expresado es irrelevante.

### Tercer Análisis: Normalidad

Este análisis es representado por el teorema central de límite a  $\pm 1\sigma$  (Calot,1988) (Pérez Díez, 2000).

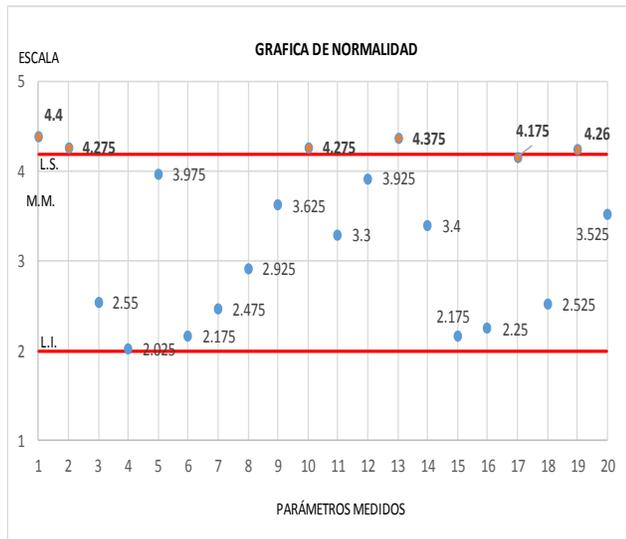
### El resultado de esta prueba indica

De las veinte variables analizadas mediante la aplicación un instrumento de medición a cuarenta (40) sujetos, se obtuvo una distribución normal aceptable, en la cual se pueden apreciar seis variables como significativas, de acuerdo a la siguiente tabla:

No.	DESCRIPCION	X-X
1	Intencionalidad emocional	4.400
2	Intencionalidad sentimental	4.275
10	Apertura selectiva	4.267
13	Confianza propia	4.333
17	Mentalidad sensible	4.200
19	Control implantado original	4.260

**Tabla 4** Variables significativas

Las variables indicadas como significativas son justificadas porque aparecen en el análisis ubicadas arriba del límite superior de normalidad  $(4.195) \pm 1\sigma$ , de acuerdo a la siguiente gráfica:



**Gráfico 2** Gráfica de distribución normal  $\pm 16$  (Teorema central de limite) (Calot,1988) (Pérez Díez, 2000)

Por otro lado, esta prueba también refiere congruencia en relación con las variables encontradas significativas, ya que concuerdan de manera directa con las hipótesis planteadas, apoyando estos conceptos a manera confirmatoria hacia dichas hipótesis.

**Cuarto Análisis: Estadística Descriptiva**

Los resultados de los análisis aplicados en esta prueba, se indican en la tabla siguiente:

ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA (Variables Significativas)							
Rep.	Variable Número	1	2	10	13	17	19
X	Media	4.4	4.275	4.295	4.375	4.175	4.26
Me.	Mediana	4	4	4	4	4	4
Mo.	Moda	4	4	4	4	4	4
S	Desviación estándar	0.496	0.599	0.861	0.586	0.675	0.933
C	Sesgo. Coef. Asimetría	0.424	-0.171	3.563	-0.048	0.046	0.102
K	Curtosis	-1.919	-0.467	-0.487	-0.662	-0.729	-0.778
m	Mínimo	4	3	3	3	3	3
M	Máximo	5	5	5	5	5	5

**Tabla 5** Valores de Estadística Descriptiva de Variables significativas 6 de 20

**Interpretación y lectura de Estadística Descriptiva**

De las treinta variables analizadas mediante la aplicación del instrumento de medición a cuarenta (40) sujetos, a continuación, serán leídos los valores encontrados en la prueba de Estadística Descriptiva, para las siguientes seis variables que fueron las más representativas para el análisis anterior, las cuales son:

Variable No.1. Intencionalidad emocional. El promedio de 40 opiniones es ( $X=4.4$ ), su ocurrencia se ubica de manera relevante, los valores más expresados, también la indican relevante ( $Mo= 4$ ). En lo referente a la dispersión que presentan los datos expresados para esta variable, en cuarenta opiniones es bastante apreciable y ofrece una curva Leptocúrtica, ( $K=-1.019$ ), alejando relativamente entre sí los valores con respecto a la media ( $X=4.4$ ),

Existe uniformidad ( $S=0.46$ ) en la composición de las opiniones y su cercanía con la media para esta variable, ya que esta se encuentra ubicada con tendencia hacia los valores medios de la escala utilizada, y una concentración Platicúrtica ( $K=-0.4242$ ) significa que los valores se encuentran dispersos. Por lo anterior expresado, los valores obtenidos, oscilaron entre Relevante y Muy Relevante.

Variable No.2: Intencional Sentimental se indicó con un promedio es ( $X=4.275$ ) su ocurrencia se ubica desde manera Relevante ( $Me=4$ ), el valor que más se expresa de manera más frecuente ( $Mo=4$ ), también la ubica como Relevante.En lo referente a la dispersión que presentan los datos expresados para esta variable No.2, en cuarenta opiniones es bastante apreciable y ofrece una curva Leptocúrtica ( $K=-1.019$ ), alejando de manera pronunciada la distribución los valores con respecto a la media ( $X=4.275$ ).

La dispersión que presentan los datos es regular, con ( $S=0.599$ ), por lo cual existe para esta variable presenta uniformidad en la dispersión con respecto al promedio ( $X=4.2757$ ) de las (40) opiniones emitidas.

Existe uniformidad ( $C=-0.171$ ) en la composición de las opiniones para esta variable con sesgo negativo. ya que, por lo anterior expresado, los valores de la escala oscilaron desde medio relevante ( $m=3$ ) y Muy relevante ( $M=5$ ), con un rango de mayor amplitud.

La variable No. 10: Apertura Selectiva, en la conciencia laboral de la empresa, el promedio de las 40 opiniones es ( $X=4.295$ ) su ocurrencia se ubica desde muy frecuente, el valor que más se expresa ( $Me=4$ ), de igual manera que el valor que aparece de manera más frecuente, también es Siempre. ( $Mo= 4$ ).En lo referente a la dispersión que presentan los datos es baja, con ( $S=0.861$ ), por lo cual existe para esta variable baja lejanía de sus datos con respecto al promedio ( $X= X=4.275$ ) de las (40) opiniones emitidas.

Existe uniformidad ( $S=0.86$ ) en la composición de las opiniones y su cercanía con la media es aceptable para esta variable, ya que esta se encuentra ubicada con tendencia hacia los valores medios de la escala utilizada, y una concentración Platicúrtica ( $K=-0.4242$ ) significa que los valores se encuentran relativamente separados con respecto al promedio. Por lo anterior expresado, los valores oscilaron desde ( $m=3$ ) desde Medio a Muy relevante ( $M=5$ ), con un rango de mayor amplitud.

La variable No. 13: Confianza propia, el promedio de las 40 opiniones es ( $X=4.375$ ) su ocurrencia se ubica desde muy frecuente, el valor que más se expresa ( $Me=4$ ), de igual manera que el valor que aparece de manera más frecuente, también es Siempre. ( $Mo= 4$ ).

En lo referente a la dispersión que presentan los datos es baja, con ( $S=0.586$ ), por lo cual no existe para esta variable mucha lejanía de sus datos con respecto al promedio ( $X=4.275$ ) de las (40) opiniones emitidas. Existe uniformidad ( $S=0.586$ ) en la composición de las opiniones su cercanía con la media para esta variable es aceptable, ya que se encuentra ubicada con tendencia hacia los valores medios de la escala utilizada, y una concentración Platicúrtica ( $K=-0.662$ ) significa que los valores se encuentran relativamente separados con respecto al promedio. por lo anterior expresado, los valores oscilaron desde ( $m=3$ ) y Muy relevante ( $M=5$ ), con un rango de amplitud hacia los valores altos de la escala. La variable No. 17: Mentalidad sensible, el promedio de las 40 opiniones es ( $X=4.175$ ) su ocurrencia se ubica desde muy frecuente, el valor que más se expresa ( $Me=4$ ), de igual manera que el valor que aparece de manera más frecuente, también es Siempre. ( $Mo= 4$ ).

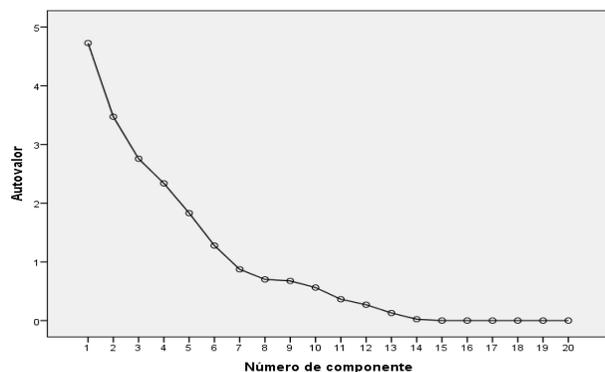
En lo referente a la dispersión que presentan los datos es baja, con ( $S=0.675$ ), por lo cual no existe para esta variable mucha lejanía de sus datos con respecto al promedio ( $X=4.175$ ) de las (40) opiniones emitidas. Existe uniformidad ( $S=0.675$ ) en la composición de las opiniones su cercanía con la media para esta variable es aceptable, ya que se encuentra ubicada con tendencia hacia los valores medios de la escala utilizada, y una concentración Platicúrtica ( $K=-0.729$ ) significa que los valores se encuentran relativamente separados con respecto al promedio. por lo anterior expresado, los valores oscilaron desde ( $m=3$ ) y Muy relevante ( $M=5$ ), con un rango de amplitud hacia los valores altos de la escala. La variable No. 19: Control implantado original, el promedio de las 40 opiniones es ( $X=4.26$ ) su ocurrencia se ubica desde muy frecuente, el valor que más se expresa ( $Me=4$ ), de igual manera que el valor que aparece de manera más frecuente, también es Siempre. ( $Mo= 4$ ).

En lo referente a la dispersión que presentan los datos es muy baja, con ( $S=0.933$ ), por lo cual no existe para esta variable mucha lejanía de sus datos con respecto a su promedio ( $X=4.26$ ) de las (40) opiniones emitidas.

Existe uniformidad ( $S=0.933$ ) en la composición de las opiniones en su cercanía con la media para esta variable es buena, ya que se encuentra ubicada con tendencia hacia los valores medios de la escala utilizada y estos a los valores altos de la escala, y una concentración Platicúrtica ( $K=-0.778$ ) significa que los valores se encuentran relativamente separados con respecto al promedio. por lo anterior expresado, los valores oscilaron desde ( $m=3$ ) y Muy relevante ( $M=5$ ), con un rango de amplitud hacia los valores altos de la escala. El comentario importante con respecto a los valores obtenidos en la prueba de Estadística Descriptiva, es que los valores obtenidos como significativos para seis variables, coinciden para reflejar la tendencia de las opiniones hacia los valores altos de la escala, con sentido de gran Relevancia y en apoyo con las hipótesis planteadas.

**Quinto Análisis: Factorial**

Como resultado se obtienen cuatro factores indicados con la alineación correspondiente en la siguiente grafica de sedimentación:



**Gráfico 3** Gráfica de Sedimentación

Se muestra después de aplicar análisis factorial sin rotar varimax, la varianza total explicada, (77.368 %), utilizando cuatro factores, que se indican en la siguiente tabla:

Varianza total explicada						
Componente (factor)	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acum.	Total	% de varianza	% acum.
1	4.726	23.631	23.631	4.726	23.631	23.631
2	3.472	17.358	40.989	3.472	20.358	43.989
3	2.757	13.784	54.773	2.757	18.700	62.680
4	2.338	11.688	66.460	2.338	14.688	77.368

**Tabla 4** Varianza Total explicada Análisis Factorial

Los cuatro factores obtenidos, se muestran en la siguiente tabla de matriz de componentes:

VARIABLE	DESCRIPCION	Componentes (FACTORES)			
		1	2	3	4
1	Intencionalidad emocional	.476	.378	.619	-.104
2	Intencionalidad sentimental	.233	.732	-.485	-.172
3	Actitud de participación	-.046	.173	.394	.614
4	Actitud de esfuerzo	.597	.167	.329	-.089
5	Motivación inducida	.374	-.613	-.250	.412
6	Motivación independiente	.091	.270	.771	.535
7	Curiosidad natural	.684	.128	-.511	.169
8	Curiosidad provocada	.224	-.073	.165	-.099
9	Apertura general	-.364	.101	.591	-.238
10	Apertura selectiva	.021	.631	-.380	.106
11	Aceptación profesional	.405	.185	.626	.248
12	Aceptación conductual	.685	.609	.049	-.065
13	Confianza propia	.412	-.302	.119	-.575
14	Confianza sustentada	.544	-.758	.174	.109
15	Autoestima relacional	.213	.155	.383	.764
16	Autoestima conducida	-.726	.454	.059	-.346
17	Mentalidad sensible	.768	.440	.022	-.088
18	Mentalidad guiada	-.746	.340	.093	.179
19	Control implantado original	.683	-.001	-.118	-.441
20	Control implantado desarrollado	.056	-.496	-.303	-.060

**Tabla 5** Matriz de Componentes Principales, Con consideración de (p) mayor a 0.6

Una finalidad importante del análisis factorial como técnica estadística multivariante de reducción de datos, que utiliza como base la regresión múltiple, se aplica para la confirmación de las hipótesis existentes y también mediante generación de evidencia objetiva, propicia la generación de nuevos constructos complementarios (Kaizar,1958). De manera confirmatoria se agrupan en el Factor No.1, las siguientes variables:

1. Variable No.17 (p=.768): Mentalidad sensible.
2. Variable No.12 (p=.685): Aceptación conductual.
3. Variable No.7 (p=.684): Curiosidad natural.
4. Variable No.19 (p=.683): Control implantado original.

Este conjunto formado de cuatro variables, según el proceso de fortalecimiento del presente estudio, soporta la generación confiable del siguiente supuesto: A partir de mentalidad sensible y aceptación conductual del individuo, se da cabida una nueva aceptación conductual que puede ser fortalecida con valores de control implantado original, con valor para la organización. Factor No.2, integra las siguientes variables:

1. Variable No.2 (p=.732): Intencionalidad sentimental.
2. Variable No.10 (p=.631): Apertura selectiva.
3. Variable No.12 (p=.609): Aceptación conductual.

Este conjunto de tres variables soporta la generación confiable del siguiente supuesto: La intencionalidad sentimental, mediante la apertura selectiva genera aceptación conductual que modifique positivamente el comportamiento.

Factor No.3, formado por las siguientes variables:

1. Variable No. 6 (p=.771): Motivación independiente.
2. Variable No.11 (p=.626): Aceptación profesional.
3. Variable No.1 (p=.619): Intencionalidad emocional.

Este conjunto de tres variables soporta la generación confiable del siguiente supuesto: *La Motivación Independiente, requiere elementos de aceptación profesional y de intencionalidad emocional aplicable.*

Factor No.4, formado por las siguientes variables:

1. Variable No.15 (p=.764): Autoestima relacional.
2. Variable No.3 (p=.614): Actitud de participación.

Para este conjunto de variables, no relacionado directamente con los grupos anteriores, genera supuestos con valor por sí mismos, congruentes con elementos sensibles de este estudio, ejemplo: Los valores organizacionales y personales que fomentan la autoestima relacional están basados en actitudes de participación.

## Conclusiones

Con respecto los resultados encontrados mediante los análisis aplicados para esta investigación, mismos que fueron trabajados tomando en cuenta las perspectivas recogidas por las cuarenta personas que laboran en empresas, aun cuando existe desconocimiento sobre actitudes y mentalidad con respecto a la conciencia intencional que es orientada hacia el interior de la organización.

Lo cual es una desventaja para el desarrollo de la motivación, desarrollo y manejo de sus recursos humanos, afectando de modo directo el logro de las metas y objetivos, se indica que al realizar un manejo sentimental de la intencionalidad, se genera aceptación del cambio conductual, mediante la generación de apertura selectiva, es posible modificar de manera positiva el comportamiento de las personas.

De manera similar el aspecto sentimental de la intencionalidad, genera una mayor aceptación al cambio conductual de manera selectiva ante la falta de apertura que modifique positivamente el comportamiento. La desventaja que la organización presenta ante la falta de motivación independiente requiere generar elementos de manera profesional aumenten la aceptación y aplicabilidad de este tipo de intencionalidad.

La organización debe combatir el rezago ante posibles perspectivas confianza y superación también se opina que la Intencionalidad es un agente importante para el cambio positivo de mentalidad para el logro de las metas laborales y nuevos retos. Ante el panorama anteriormente descrito, se cuenta con evidencia para indicar que los valores organizacionales y personales que fomentan la autoestima de las personas en la organización también deben estar basados en actitudes de participación.

De manera contundente también aparece que la aplicación de la Intencionalidad y la motivación debe ser considerada por los directivos manera importante para el logro de las metas laborales, la Intencionalidad, aunque poco conocida y aplicada en la mentalidad laboral dentro de las formas modernas de motivación, se convierte en un detonante potencial hacia los procesos acelerados de modernización.

La primera hipótesis que se plantea en este estudio, relacionada con que la organización al aplicar la conciencia sobre la actividad intencional, utilizando la mentalidad de motivación, se transforma en una ventaja invaluable para la actuación y dirección de sus recursos humanos, apoyando de este modo el logro de las metas y objetivos organizacionales, queda confirmada ya que sus principios se sustentan.

Se sustentan los beneficios que, por medio de la motivación, representan para el desarrollo y la aplicación de la intencionalidad considerada como proceso de recuperación de las personas hacia una adaptación, un cambio de mentalidad, de actitud, confianza y apertura. Como conclusión se destaca la necesidad de establecer en la organización, un control implantado, basado en aplicar la conciencia en la actividad intencional, utilizando la motivación y el aumento de la autoestima.

## Referencias

Calot, Gerard. (1988). Curso de Estadística descriptiva. Thompson Paraninfo, S.A

Holland, J. H. (1995). Hidden Order: How Adaptation Builds Complexity. New York: Perseus Books Group.

Husserl E. - Ideas para una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. Ed. Fondo de Cultura Económica, 1962.

Husserl E. – Meditaciones cartesianas. Ed. Fondo de Cultura Económica, 1985.

Husserl, E. Die 'Bernauer Manuskripte' über das Zeitbewusstsein (1917-1918) [BM]. Hrsg. Rudolf Bernet und Dieter Lohmar. Hua XXXIII. Dordrecht, Neth.: Kluwer Academic Publishers, 2001.

Kuhl, J. (1987). Action control: The maintenance of motivational states. In F.Halisch and J. Kuhl (Eds.), Motivation, intention, and volition. Nueva York: Springer-Verlag.

May R. – Amor y voluntad. Moscú, 1997.

Morales, J.F. (1988). La motivación social. En J.L. Fernández Trespalacios (Ed.), Psicología General. Madrid: UNED.

Nuttin, J. (1985). Future time perspective and motivation. Hillsdale, NJ: LEA.

Pérez Díez de los Ríos José Luis, (1993). Modelos probabilísticos y tablas estadísticas.

Siguán, M. (1979). Prólogo. En J. Arnau, Motivación y conducta. Barcelona: Fontanella.