



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN**

**FACTORES DETERMINANTES DE LOS INTERESES POR ORGANIZACIONES
EN EL COMIENZO DE LA TRAYECTORIA LABORAL PARA ALUMNOS DE
INGENIERÍA COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD DE CHILE.**

**Seminario para optar al título de
Ingeniero Comercial, Mención Administración**

**Participantes:
Pablo Fernández Pérez
Ernesto Jerez Urriola**

**Profesor Guía:
Edgar Kausel Elicagaray**

Santiago, Chile-2015

La propiedad intelectual de este trabajo es del profesor que dirigió el Seminario y de los participantes.

Abstract

El presente documento constituye una investigación que tiene como objetivo estudiar cuánto influyen las características propias de los sujetos estudiados y las percepciones de ellos mismos sobre las organizaciones, en la disposición que poseen a trabajar en dichas organizaciones. Para determinar estas relaciones, el estudio se ha enfocado en alumnos de último año o titulados de Ingeniería Comercial Mención Administración de la Universidad de Chile y utiliza como parámetro para medir la disposición el mínimo sueldo que estarían dispuestos a recibir. Por otra parte, para determinar la percepción de los individuos hacia las organizaciones, se utiliza como variables los diferentes enfoques que pueden adoptar las organizaciones. Estos enfoques u orientaciones consideran, tanto aspectos internos y propios de las organizaciones así como las relaciones de las organizaciones con el medio. Se obtuvieron resultados del total de la muestra, así como también se formaron subgrupos de estudio de acuerdo a los criterios de sexo de los individuos y de si se encontraban o no buscando trabajo, con el fin de determinar si el tiempo de búsqueda del trabajo influía en el mínimo sueldo. En los análisis generales de la muestra se encontró una relación significativa entre las orientaciones a temas sociales y a la obtención de beneficio económico por parte de las organizaciones, y el mínimo sueldo por el que trabajarían los individuos en ellas. Por otra parte, se encontró evidencia significativa de que las variables sexo, edad, ingreso familiar y la posesión o no del título profesional influyen en la determinación de dicho sueldo. Al analizar bajo el criterio de si se encontraban o no buscando trabajo, para la muestra total solo la orientación a temas sociales se vuelve significativa, mientras que la edad del individuo ya no lo es. Por otra parte el tiempo buscando trabajo no es significativo. Finalmente, estimamos que la consideración de aspectos propios de los individuos estudiados así como de aspectos organizacionales por parte de ellos a la hora de analizar la disposición a trabajar en las organizaciones, puede ser beneficioso por ambas partes.

Agradecimientos

La trayectoria que se ha recorrido hasta este momento ha requerido de un duro trabajo, largas horas de estudio y alto esfuerzo. Después de cinco años académicos es indudable la avanzada madurez que se ha desarrollado en las aulas de clases. Para terminar este proceso fue bastante interesante realizar un seminario de título en cual se debían integrar la mayoría de los conocimientos aprendidos durante la carrera y consolidarlos en una investigación. Este trabajo final deja evidencia sobre el crecimiento y formación profesional que es creado en la comunidad que conforma la Universidad de Chile.

En primera parte se agradece especialmente al profesor guía de nuestra trabajo Edgar Kausel, por su gran apoyo y ayuda en el desarrollo de este estudio. También agradecimiento a Adolfo Fuentes, titulado de la facultad, por su apoyo en la parte metódica del trabajo, que nos ayudó bastante a encontrarle el sentido a la investigación en un comienzo.

Agradecimientos al personal de la Universidad, sobre todo de la biblioteca que siempre dispuso de su espacio y sus materiales para que lleváramos a cabo nuestro trabajo. Agradecimiento a las personas que fueron partícipes en nuestra investigación, a los 84 personas que respondieron nuestras encuestas, entrevistados y amigos que fueron concejeros entre otros.

También se agradece especialmente a la familia, padres y hermanos por estar siempre presentes en este proceso y el haber servido como apoyo para mejorar la investigación. También agradecer a nuestros amigos que fueron buena compañía para los momentos difíciles de este proceso.

Último y especial agradecimiento a mi compañero Ernesto Jerez por su colaboración integral, compañerismo y excelente calidad en su forma de trabajar.

Pablo Fernández Pérez

Agradecimientos

Como estudiante de la Universidad de Chile estoy inmensamente agradecido por haberme formado en una universidad de excelencia y con una visión transversal de la realidad nacional en muchos ámbitos. Estos años en la Facultad de Economía y Negocios me han entregado muchos conocimientos, pero sin duda alguna, lo más importante son las personas que he conocido y han estado conmigo durante este proceso. Este trabajo representa la culminación de dicho proceso y a la vez es el puntapié inicial para muchos proyectos personales.

Quisiera agradecer a los profesores que me formaron en mi vida universitaria y que me ayudaron a ser una persona perseverante. También agradezco a mis compañeros de trabajo del departamento NexolInternacional de la Facultad, por su apoyo en los casi dos años trabajando con ellos, periodo en el que crecí mucho profesionalmente y también como persona. Sin lugar a dudas haber participado en ese equipo de trabajo tan diverso fue una de las experiencias más enriquecedoras que pude vivir en la universidad.

Agradezco a nuestro profesor guía Edgar Kausel, a quien tuve el agrado de tener como profesor, por su apoyo y tiempo dedicado. Por otro lado agradezco a mis amigos por su constancia y apoyo en todos los desafíos que la universidad me ha presentado, especialmente a Adolfo Fuentes, quien nos apoyó al comienzo de esta investigación.

Sin lugar a dudas uno de los pilares fundamentales del presente trabajo fue mi compañero de Seminario Pablo Fernández, a quien agradezco su dedicación y motivación durante toda la elaboración de la investigación.

Finalmente, agradezco enormemente el apoyo de mi padre, madre y hermana, quienes siempre me han ofrecido su apoyo incondicional.

Ernesto Jerez Urriola

Contenido

Introducción.....	7
Antecedentes	10
Empleo juvenil.....	10
Enfoque empresarial hacia los jóvenes.....	10
Inserción Laboral Juvenil	11
Empleo y Remuneraciones en Chile.....	12
Marco Teórico	13
Teorías Motivacionales	13
Establecimiento de Atributos.....	15
Metodología.....	18
Indagación Cualitativa.....	18
Encuestas	19
Muestra.....	19
Diseño de la encuesta	20
Recolección de Datos.....	21
Modelo	22
Variables del modelo.....	22
Resultados	24
Resultados Modelo General y Simplificado: Total de encuestados	24
Resultados Modelo General y Simplificado: Encuestados Buscando Trabajo ...	30
Resultados Comparativos: Buscando y No Buscando Trabajo	35
Discusión de Resultados.....	37
Conclusiones.....	39
Referencias	41
Anexos	43

Introducción

Los intereses de los jóvenes a la hora de elegir su primer trabajo son de suma importancia debido a la trascendencia del primer empleo en la vida laboral de las personas (OIT, 2013). Las motivaciones en esta etapa inicial son la clave para entender qué mueve a los jóvenes. Estas pueden ser de origen interno o externo (Reeve, 1994), es decir, existen factores intrínsecos, o propios, que mueven a los individuos, así como otros extrínsecos, del ambiente u otras personas, que inciden en la generación de motivaciones. Ya en 1959, Herzberg establecía la existencia de factores que incidían en la satisfacción laboral, a través de la teoría de los dos factores, higiénicos y de motivación.

La búsqueda del primer empleo expone a los jóvenes a diferentes factores que se ponderarán a la hora de elegir a dónde postular para un trabajo o trabajar derechamente. Esta búsqueda ocurre en un contexto específico de transición entre la actividad académica y la laboral en el que aflorarán factores que incidirán y determinarán, de acuerdo a sus intereses, hasta qué punto están dispuestos a trabajar en una organización.

Es en esta instancia en la que se observa la disposición de los jóvenes hacia el trabajo la cual dependerá de un conjunto de relaciones del individuo con su entorno. Estudios previos, como el realizado por Meaning of Work (MOW por sus siglas en inglés) de 1987, se realiza una aproximación hacia el concepto de trabajo desde una perspectiva de la vida de las personas, en el que consideran que el trabajo se relaciona con otros aspectos contextuales de los individuos ya sea en el ámbito familiar, social, o religioso, además de la identidad personal. Es decir, existiría un concepto previo en los jóvenes, determinado por una esfera interna y otra externa, el cual determinará su concepción del trabajo, lo cual puede influir en sus intereses a la hora de buscar un empleo.

Por su parte la sociedad, y los jóvenes principalmente, han presenciado, y hasta protagonizado, cambios sociales significativos en el país, especialmente relacionados con la cobertura y calidad de derechos básicos como la educación,

así como otros relacionados con temas medio ambientales. En el ámbito de las comunicaciones se ha observado una mejora al acceso a medios de comunicación, lo que sumado a la instantaneidad de la información genera individuos más informados y con acceso a amplias fuentes de información. Sin duda esto no solamente afecta a las personas, pues en las organizaciones el acceso a sistemas ha generado una automatización de procesos y actividades organizacionales. Estos acontecimientos nos llevan a establecer que la relación entre el primer trabajo y aspectos sociales no es tan extraña, pudiendo el trabajo ser utilizado como un medio de contribuir a la sociedad como respuesta a los cambios exigidos por los mismos jóvenes. Estudios, como los de García y Berríos (1999) han establecido la valorización del trabajo como una forma de aporte social por personas que se enmarcan dentro de cierto constructo psicológico.

Los jóvenes estudiantes dedican esfuerzo y tiempo en la adquisición de conocimiento tanto teórico como práctico para generar influencia en la sociedad. Si bien sus objetivos pueden considerar alcanzar un nivel de educación que les permita establecerse en un puesto de trabajo acorde a las habilidades que desarrolló durante sus estudios, se hace innegable que aquel puesto debe ir alineado con sus motivaciones personales. Es importante que el recién graduado tenga las herramientas para elegir bien el puesto que se adapte mejor a sus cualidades e intereses y cumplir con el aporte social de la mejor forma posible.

Por otra parte, las organizaciones asumen un rol en la sociedad, o al menos se les exige que lo asuman, el cual las instala como un órgano social que debe interactuar con varios círculos de interés. Ya en 1994 John Elkington¹ planteaba el paso desde una filosofía empresarial basada en el beneficio financiero a una más amplia que adicionaba un componente social y otro ambiental, lo cual derivó en un concepto aceptado y utilizado denominado triple cuenta de resultados (TBL por sus siglas en inglés).

¹Triple bottom line [En línea] <<http://www.economist.com/node/14301663>> [consulta: 02 de mayo del 2015]

Lo anterior da pie a que los candidatos a puestos de trabajo puedan identificar y buscar en las empresas una serie de factores que los represente en diversos ámbitos, los que ponderarán a la hora de elegir a dónde postular o dónde trabajar. Si bien se entiende que el factor higiénico correspondiente al sueldo es preponderante, el contexto laboral que enmarca los valores, misión, visión u objetivos, así como el enfoque productivo, toma mayor fuerza como eje decisorial para los postulantes.

En este trabajo nos enfocaremos en los factores organizacionales que los estudiantes de la carrera de Ingeniería comercial Mención Administración de la Universidad de Chile, en sus últimos años de estudio o titulados, consideran importantes. Para esto, nos focalizaremos en determinar cuánto están dispuestos a sacrificar (o exigir extra) monetariamente, determinando el mínimo sueldo por el que trabajarían para una organización. Entenderemos como sueldo a la compensación directa pagada por periodos establecidos (Snell y Bohlander, 2013), siendo en este caso pagados de manera mensual en pesos chilenos.

En una primera parte se presentarán los antecedentes relacionados al estudio, los cuales esclarecerán el contexto en el que se enmarca la situación laboral de los jóvenes a nivel mundial y país, específicamente en lo que respecta a la obtención de su primer trabajo, así como el nivel de remuneraciones que se ha observado en el mercado laboral. A continuación se realizará una revisión de la literatura correspondiente, enmarcada principalmente en las teorías motivacionales y en los enfoques productivos. Y finalmente se expondrá la construcción del modelo propuesto que buscará determinar el sueldo mínimo señalado anteriormente.

Antecedentes

Empleo juvenil

A nivel mundial se ha observado que la crisis económica y financiera agravó el desempleo juvenil dejando para el año 2012, 75 millones de jóvenes desempleados (OIT, 2012) lo que en comparación a la cifra del año 2007 representa un aumento del 5,6%. Esta cifra cobra una importancia significativa si consideramos que los jóvenes son agentes de cambios para el futuro de la sociedad. Por otra parte los jóvenes que si han logrado obtener un empleo se ven desfavorecidos al aceptar empleos que no son de calidad. Estas condiciones han llevado a diferentes actores de la región a adoptar medidas de incentivos a la contratación de jóvenes como subsidios directos y capacitaciones.

En Latinoamérica, de acuerdo a la OIT (Organización Internacional del Trabajo), la empleabilidad juvenil se ve caracterizada por un desempleo mayor al de los adultos (tres veces superior), por una rotación laboral mayor así como una duración del periodo de desempleo más prolongada.

Enfoque empresarial hacia los jóvenes

Durante la primera mitad de la década del 2000 se ha observado un aumento en la contratación de jóvenes en Latinoamérica. La especialización de los puestos de trabajo así como la incorporación de tecnologías en los procesos productivos han hecho que se requiera de mano de obra más calificada. El aumento en la capacitación de los jóvenes ha logrado ir supliendo estas demandas de las empresas, las cuales se ven enfrentadas objetivos corporativos cada vez más exigentes en un contexto de constante cambio. Para el periodo señalado se ha identificado adicionalmente un aumento en la contratación femenina para el caso de Chile en comparación con países de la región (CEPAL, 2006).

En cuanto al reclutamiento y selección, si bien el uso del currículum y las recomendaciones de terceros juegan un papel importante a la hora de acceder a ofertas laborales, el uso de avisos a través de nuevos medios, principalmente electrónicos o plataformas digitales, se ha establecido como una práctica habitual

y ha sido validada por los involucrados. Esta nueva forma de comunicación entre reclutadores y candidatos va de la mano y responde a un cambio en las comunicaciones, favorecido por el acceso a la información y la globalización a niveles económicos o socio cultural. En Chile además es habitual el uso de prácticas laborales como primer contacto laboral entre estudiante y empresas. Los primeros buscan ganar experiencia y generar redes de contacto mientras que los segundos identificar estudiantes calificados y con conocimientos necesarios acorde a sus propios requerimientos.

En un estudio que comprendió cinco países, entre ellos Chile, se identificó entre los criterios de selección la actitud y disposición para trabajar, la presentación personal, experiencias específicas, entre otras. Por otro lado la decisión de contratación se ve influenciada por características propias de los jóvenes, las cuales incluyen la capacidad de aprender, la flexibilidad, las habilidades tecnológicas y los salarios más bajos, aunque este último punto no fue tan preponderante como los anteriores (CEPAL, 2006).

Inserción Laboral Juvenil

En Latinoamérica la educación representa un mecanismo de movilidad e integración social (CEPAL, 2005) lo cual se reafirma con la obtención del primer trabajo. Éste es crucial para el futuro laboral de los jóvenes y marcará precedente a la hora de obtener empleos en el futuro. En este sentido los estudios indican que una buena inserción laboral repercutirá en la calidad de los empleos futuros (OIT, 2013) lo cual es de suma importancia a la hora de querer obtener una carrera exitosa en el área escogida.

Es por lo anterior que el nivel de escolaridad de los jóvenes es importante, pues personas que poseen mayores niveles de escolaridad tendrán resultados mejores en la búsqueda de empleos y accederán a empleos de mejor calidad. Sin embargo, no solamente esto determinará la calidad de los empleos en el futuro, pues el origen socioeconómico de los jóvenes influencia esta trayectoria (CEPAL, 2004).

Empleo y Remuneraciones en Chile

Se ha observado en Chile que el aumento, en los últimos años, de la incorporación laboral general se debe principalmente al aumento de la participación femenina al mercado laboral. Los sectores de comercio, turismo y financiero son los que más importancia han tomado en la actualidad. Respecto a la edad, se ha observado un aumento en la edad promedio de la fuerza laboral desde los 36 años a los 42 años en el periodo comprendido entre el año 1009 y 2011 (Encuesta CASEN).

Al realizar un análisis de participación laboral por sexo de los grupos más jóvenes, se ha observado una disminución de la participación masculina desde un 64% a un 54% para el periodo 1990 a 2011. Por otro lado las mujeres menores de treinta años, para el mismo periodo de análisis, han aumentado marginalmente su participación².

Respecto al tiempo de permanencia en un trabajo por parte de los más jóvenes, destaca un aumento progresivo de la movilidad laboral, permaneciendo en promedio un año en sus puestos de trabajo. Esto se ve explicado en parte por las mencionadas características propias de los jóvenes y por una mayor importancia asignada a las remuneraciones en el corto plazo que al desarrollo profesional³.

En lo que respecta a los salarios, los aumentos en los últimos 25 años de éstos, han ido acompañados de una disminución de la brecha salarial entre hombres y mujeres (Banco Central de Chile, 2014). Actualmente el sueldo mínimo en Chile está establecido en \$241.000 pesos chilenos (CLP) para trabajadores entre 18 y 65 años de edad⁴. Sin embargo, como se ha señalado, la obtención de mayores niveles de escolaridad impacta la calidad de los trabajos obtenidos así como el sueldo recibido.

²Castex G., Sepúlveda F. Caracterización del Mercado Laboral en Chile y su Evolución en los últimos 25 años. Banco Central. Gráficos en Anexo 1.

³Vía pública: ¿Cuál es la situación del mercado laboral en Chile? [en línea] <<http://www.24horas.cl/programas/viapublica/via-publica-cual-es-la-situacion-del-mercado-laboral-en-chile-1208720>> [consulta: 06 de junio 2015]

⁴Ley N° 20.763, Diario Oficial. Valor asciende a \$250.000 pesos chilenos desde 1 de enero del 2016 para trabajadores entre 18 y 65 años de edad.

Para los estudiantes de ingeniería comercial de instituciones universitarias los ingresos se alejan del mínimo ingreso mencionado establecido por ley. El ingreso bruto mensual promedio para un titulado de dicha carrera a octubre del 2014, en su primer año, fue de \$1.112.994 CLP⁵. El 10% superior ganó \$1.915.866 CLP mientras que el 10% inferior \$420.003 CLP en su primer año⁶. En cuanto a la empleabilidad de los profesionales, se caracteriza por ser bastante alta con un 92% el primer año y un 94,8% el segundo año de titulación⁷.

Es importante señalar que si bien el sueldo, el cual constituye una compensación monetaria directa, es considerado a la hora de elegir un trabajo, sobre todo a corto plazo, las compensaciones no monetarias las cuales se relacionan con la satisfacción personal de realizar un trabajo, ambiente laboral agradable, apoyo de la organización (Snell & Bohlander, 2013) son ampliamente consideradas por postulantes a la hora de considerar trabajar en una organización determinada y es sumamente importante para las empresas identificar los factores que generan satisfacción en sus empleados. Entre estos factores encontramos el tiempo para dedicar a la familia o actividades personales, valor añadido (misión y visión entre otros) o el sentimiento de pertenencia que puede sentir el empleado⁸.

Marco Teórico

Teorías Motivacionales

Para entender el concepto de intereses, es necesario revisar y entender las motivaciones, pues conceptos son muy cercanos.

⁵Ingresos brutos mensuales (en pesos a octubre de 2014) [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015] Ver gráfico Anexo 2.

⁶Ingresos brutos mensuales por tramos (en pesos a octubre de 2014) [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015] Ver gráfico Anexo 3.

⁷Empleabilidad al 1er y 2º año posterior a la titulación [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015]

⁸¿Por qué las empresas prefieren incentivos no monetarios? [en línea] <<http://retos-directivos.eae.es/por-que-las-empresas-prefieren-incentivos-no-monetarios/>> [consulta: 07 de junio 2015]

Una de las clasificaciones más amplias, que ayuda a entender las motivaciones de las personas, son las realizadas por Reeve (1994), quien hace la distinción entre aquellas motivaciones intrínsecas y extrínsecas. Las motivaciones intrínsecas se manifiestan *“cuando las personas realizan actividades para satisfacer necesidades de causa personal, efectividad o curiosidad”* (Reeve, 1994). Es decir, nacen de los intereses individuales y como respuesta a necesidades personales que pueden ser físicas o emocionales. Por otra parte, la motivación extrínseca es aquella en que *“las causas fundamentales de la conducta se encuentran fuera y no dentro de la persona”* (Reeve, 1994), lo cual se relaciona con los incentivos positivos y negativos denominados recompensa y castigo. Este enfoque esclarece la naturaleza del origen de la motivación, la cual considera las variables internas del individuo y al mismo tiempo el entorno que le rodea. Tomando lo anterior como base, en la presente investigación se hace necesario considerar que las motivaciones de los estudiantes de acuerdo a sus intereses pueden surgir desde diferentes ámbitos. Es por esta razón que se considerarán componentes tanto propios de los jóvenes estudiados, como edad y sexo, ya que representan características más arraigadas de ellos mismos, como también componentes de diferentes organizaciones. Esto último ayudará a identificar las percepciones de los individuos estudiados hacia las organizaciones, las cuales reflejarán sus intereses.

Otra de las teorías motivacionales es la planteada por F. Herzberg (1959), en la cual establece la existencia de dos factores que inciden en la motivación laboral. Por un lado los factores higiénicos son aquellos que generan insatisfacción si no están presentes pero su presencia no causa satisfacción, así como también existen los denominados factores de crecimiento o de motivación que generan satisfacción si están presentes pero su ausencia no causa insatisfacción. Es decir, la ausencia o presencia de cada factor no representan polos opuestos en sus extremos, más bien plantea que el opuesto de satisfacción es la no satisfacción y el opuesto de la insatisfacción es la no insatisfacción.

Entre los factores higiénicos se encuentran aquellos que son parte del ambiente laboral, tales como el sueldo, condiciones físicas, relaciones entre empleados, políticas y regulaciones de la empresa, entre otros (Herzberg, 1959). En decir, todas aquellas condiciones que se consideran básicas o propias del trabajo. Estos factores juegan un rol no muy importante a la hora de influir el comportamiento de las personas, sino más bien mantienen las condiciones generales “básicas” del lugar de trabajo. Sin embargo, la segunda categoría de factores, los denominados factores de crecimiento o de motivación (de carácter reactivo) sirven para motivar o incentivar conductas en el trabajo. Es decir, todas aquellas respuestas de reconocimiento al logro de metas y objetivos, o al desempeño en general, se consideran factores de motivación. El presente estudio toma el factor higiénico sueldo como medida para determinar hasta qué punto un estudiante por titularse o titulado está dispuesto a trabajar en una organización, y cómo esta disposición se relaciona con factores propios de la organización a través de la percepción individual sobre la organización tal como lo planteamos previamente.

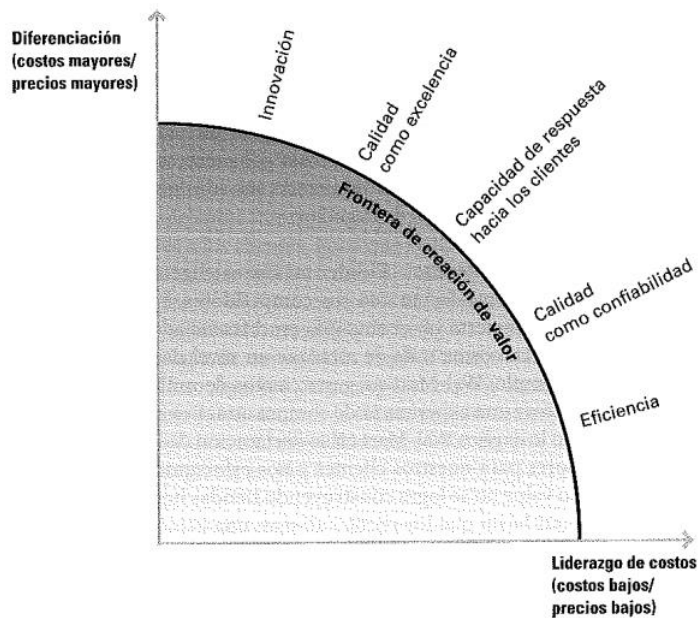
Establecimiento de Atributos

Con el fin de poder establecer las percepciones hacia las organizaciones se seleccionados 7 atributos para el desarrollo de esta investigación, los cuales fueron separados en dos grandes grupos; atributos internos de la empresa y atributos externos a la empresa. En los atributos internos identificamos la orientación al beneficio económico, a la calidad de producto y servicio, al cliente y a la investigación y desarrollo. Los atributos externos a la empresa serían la orientación al desarrollo del país, a temas sociales y la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente.

Para la determinación de los atributos internos a la empresa se utilizó como base las estrategias genéricas competitivas de Michael Porter (1980). Estas estrategias corresponden a las acciones defensivas u ofensivas que tiene una empresa dentro de una industria. Este modelo surge del modelo de las cinco fuerzas competitivas, con el fin de caracterizar planes de acciones comunes que realizan las empresas en ambientes de competencia.

En la figura 1 se muestra una frontera de creación de valor que se mueve entre dos ejes, determinando diferentes tipos de estrategias que realizan las empresas en competencia. En el eje horizontal están las empresas que se enfocan principalmente en Liderazgo en Costos y en el eje vertical a la Diferenciación de sus productos o servicios. En esta frontera se identifican cinco modalidades diferentes de estrategia.

Figura 1: Posicionamiento Competitivo y Frontera de Creación de Valor



Fuente: Administración estratégica. Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones. 8a. ed. McGraw-Hill. (2009).

Los atributos fueron seleccionados en base a las estrategias que se muestran en el modelo. El atributo sobre orientación al Beneficio Económico está basado en la estrategia de Eficiencia. La orientación al Cliente está basado en la estrategia de capacidad de respuesta. La orientación a la Calidad del producto o servicio está basada en la estrategia de calidad por excelencia y la orientación a la Investigación y Desarrollo basado en la estrategia de Innovación.

De esta forma los encuestados deberían identificar con seguridad al menos uno de los atributos en las empresas seleccionados ya que este modelo considera que todas las empresas están situadas en algún punto de la gráfica.

La selección de los otros atributos se realizó en base al modelo de tres dimensiones o triple cuenta de resultados (triple bottom line o TBL por sus siglas en inglés) sobre sustentabilidad (ver esquema 1), planteado por John Elkington en 1994, con el fin de que los encuestados identificaron si las empresas tenían un enfoque social además del económico.

Esquema 1: Dimensiones del TBL



Fuente: Elaboración propia.

Los atributos sobre orientación al Desarrollo del País y Temas Sociales fueron creados en base a la dimensión Social del modelo. Este abarca aspectos como la incrementación del desarrollo del patrimonio social, económico y cultural de un país. Procurar una vida digna, trabajo estable, con posibilidades de desarrollo profesional y personal.

El atributo sobre Orientación a la Sustentabilidad y cuidado del medio ambiente fue creado en base a la dimensión Ambiental. La cual corresponde principalmente a la contribución de un ambiente más sano. El atributo sobre orientación al

Beneficio Económico también fue creado en base a la dimensión Económica de este modelo.

Estos modelos permitieron crear una lista más amplia y variable de atributos que posteriormente serían presentadas a los encuestados, para que asignen correctamente un perfil a las empresas presentadas⁹.

En definitiva, nuestro estudio busca poder establecer relaciones significativas entre el mínimo sueldo por el que estaría dispuestos a trabajar para una organización un estudiante por egresar, egresado o recién titulado de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile, y por un lado componentes propios de los sujetos estudiados y por otro percepciones propias del grupo bajo estudio hacia las mismas organizaciones.

Metodología

Nuestra investigación consiste en dos grandes etapas. La primera de ellas es de carácter cualitativo y exploratorio la cual contempló por una parte entrevistas, para determinar aspectos relevantes a incluir en el estudio, y por otra una revisión de la literatura referente a los temas de interés. En la segunda etapa, de carácter cuantitativo, recogimos datos a través de una encuesta aplicada al grupo bajo estudio de la que se obtuvieron los resultados a discutir más adelante.

Indagación Cualitativa

En esta fase se realizaron cuatro entrevistas¹⁰ a alumnos egresados y titulados de la carrera Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile con el fin de determinar los principales aspectos en los que se enmarcan sus intereses laborales futuros. Las entrevistas tomaron 15 minutos cada una aproximadamente y consistieron en 14 preguntas, las cuales podían ser respondidas de forma abierta con el fin de identificar intereses y expectativas, lo cual permitió construir la encuesta aplicada.

⁹La selección de empresas sobre las que se midió los atributos se hizo en base a información proporcionada por la unidad NexoLaboral de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Ver Anexo 4.

¹⁰Transcripción de ideas principales de las respuestas por entrevistado en Anexo 5.

Encuestas

Muestra

La encuesta se realizó a estudiantes, egresados o titulados de Ingeniería Comercial Mención Administración de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Específicamente la muestra está compuesta por alumnos de último año de la carrera, por alumnos egresados y por alumnos titulados hace no más de un año al momento del estudio. Se ha seleccionado este criterio pues ya han cursado más de la mitad de su plan de estudio, habiendo adquirido conocimientos amplios sobre los contenidos del plan de estudio y poseen ideas más concretas sobre el futuro laboral. De la población total desde donde se extrajo la muestra, la parte que ha finalizado su plan de estudios, se configura de la siguiente manera: los egresados son 124 personas de los cuales 66 son mujeres y 58 son hombres. Por otra parte los titulados hace no más de un año corresponden a 162 personas con 64 mujeres y 98 hombres.¹¹

La muestra se compone por 84 personas, conformada en un 45% por hombres y 55% por mujeres. Pertenecen a un rango etario que comprende entre los 21 y 25 años de edad.

Respecto a su situación académica, 49 de ellos se encuentran cursando su último año de la carrera, 21 se encuentran en situación de egresados y 14 están titulados.

En el ámbito laboral, del total de la muestra, 20 se encuentran actualmente trabajando, ejerciendo un cargo a fin a la carrera de Ingeniería comercial. De ellos, 17 se demoraron menos de dos meses en encontrar trabajo, 2 entre dos y cuatro meses y 1 de ellos entre cuatro a seis meses.

Los jóvenes que no se encuentran trabajando corresponden a 64, de los cuales 44 no están buscando un trabajo y 20 se encuentran buscando un trabajo a fin a la

¹¹Datos proporcionados por la unidad NexoLaboral de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

carrera Ingeniería Comercial. De estos últimos, 16 llevan menos de dos meses buscando trabajo y 4, entre dos y cuatro meses.

Diseño de la encuesta

La encuesta¹² se divide en dos partes principales. Primeramente se busca identificar la posición del encuestado hacia las organizaciones. Esto incluye la identificación de atributos en la empresa y la identificación misma del atributo con el encuestado. Específicamente se busca medir tres relaciones:

- Relación Atributo/empresa. Se solicita que se identifiquen los atributos con los que identifican a cada una de las empresas.
- Relación Atributo/encuestado. Se solicita seleccionar los atributos con los que se identifican mayormente los encuestados.
- Relación Empresa/Encuestado. Se solicita que señale el monto del mínimo sueldo líquido por el que estaría dispuesto a trabajar para cada una de las empresas forzando a diferenciar los montos entre ellas.

La segunda parte busca recoger características demográficas generales. Las preguntas referentes a la situación laboral de los encuestados se condicionaron de la siguiente manera:

- Para los que se encuentran trabajando ejerciendo un cargo a fin a la carrera Ingeniería Comercial se les consulta cuánto tiempo demoraron en encontrar trabajo.
- A quienes no se encuentran trabajando ejerciendo un cargo a fin a la carrera Ingeniería Comercial se les pregunta si están buscando trabajo. Los que sí están buscando trabajo son consultados sobre cuánto tiempo llevan buscándolo.

¹²Ver encuesta en Anexo 6.

Tabla 1: Esquema general de la Encuesta.

<p>Primera parte de la Encuesta: Relación atributo/empresa. Relación atributo/encuestado. Relación empresa/Encuestado</p>	<p>Segunda parte de la encuesta: Características Demográficas generales.</p>
<p>Atributos Utilizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientación al Beneficio • Orientación al desarrollo del país • Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente • Orientación a temas sociales • Orientación a la calidad • Orientación al cliente • Orientación a la investigación y desarrollo 	<p>Datos recabados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios en el extranjero • Nivel de inglés • Titulado, egresado o estudiante. • Estado civil • Número de hijos • Ingreso familiar • Número de integrantes en la familia • Edad • Sexo

Recolección de Datos

Para la obtención de los datos se utilizó un programa en línea¹³ que permite tanto la construcción del formulario como la recolección de los datos. El programa permite la exportación de datos a planillas de cálculo para el futuro procesamiento de la información.

La encuesta fue compartida a través de plataformas digitales, específicamente grupos generacionales acorde a la población d estudio, en la red social Facebook, en los que se solicitaba explícitamente que respondieran la encuesta si cumplían con los las características requeridas.

¹³Programa en línea, <www.qualtrics.com>. Accesible de manera gratuita con cuenta pasaporte de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Modelo

A continuación se presentarán las variables utilizadas en la regresión, así como los cambios realizados a las mismas con el fin de obtener un mejor ajuste del modelo.

VARIABLES DEL MODELO

En primer lugar se han establecido los atributos de orientación en la empresa.

- *Orientación al Beneficio Económico*
- *Orientación al Desarrollo del País*
- *Orientación a la Sustentabilidad y Medio Ambiente*
- *Orientación a Temas Sociales*
- *Orientación a la Calidad*
- *Orientación al Cliente*
- *Orientación a la Investigación y Desarrollo*

Estas siete variables son dicotómicas; toman valor 1 cuando se identifica el atributo dentro de la empresa y 0 cuando no se identifica.

Las variables sobre la situación laboral del encuestado se configuran como siguen:

- *Busca Trabajo*: Variable dicotómica que toma valor 1 cuando la persona se encuentra buscando trabajo y 0 cuando no está buscando trabajo.
- *Tiempo que lleva buscando trabajo*: Variable discreta que identifica la cantidad de meses que la persona lleva buscando trabajo. Los valores por tramo se ven en la tabla 2.

Tabla 2: Asignación de Valor por tramo de tiempo de búsqueda de trabajo.

Meses	Valor
Entre 0 y 2 meses	0
Entre 2 y 4 meses	1
Entre 4 y 6 meses	2
Entre 6 y 8 meses	3

Las variables demográficas generales, para identificar las características personales se establecieron.

- *Posesión del Título Profesional:* Variable dicotómica que identifica si la persona tiene su Título Profesional de Ingeniero Comercial. Valor 1 cuando lo tiene y valor 0 cuando no lo tiene.
- *Ingreso Familiar Per Cápita:* Variable continua que identifica el Ingreso Familiar Per Cápita de la persona. Puede tomar valores desde 0 hasta infinito. Para el caso de nuestra muestra, el monto mínimo fue de \$44.463 y el máximo de \$1.400.000.
- *Edad:* Variable discreta que identifica la cantidad de años que tiene el egresado. Se considera la edad de 23 años con valor 0 porque es la edad de moda en la que los alumnos viven el proceso de egreso y búsqueda de primer trabajo. Se considera este punto de inicio y luego se va aumentando por año que se cumple después del egreso. Los valores asignados por edad se aprecian en la tabla 3.

Tabla 3: Asignación de Valor por edad con punto base los 23 años.

Edad	Valor
21	-2
22	-1
23	0
24	1
25	2
26	3
27	4

- *Sexo:* Variable dicotómica que toma valor 0 cuando el individuo es de sexo Masculino y valor 1 cuando es Femenino.

Resultados

A continuación se presentan los resultados de las regresiones del modelo con cada una de las variantes especificadas en cada tabla. Se han obtenido resultados para el total de la muestra para posteriormente analizar comparativamente los resultados de acuerdo a criterios formando subgrupos. De esta manera buscamos poder comparar si existen diferencias en los resultados obtenidos para hombres y mujeres por separado, así como si influye en el mínimo sueldo el tiempo de búsqueda de trabajo en caso de que el individuo se encuentre buscando trabajo.

Resultados Modelo General y Simplificado: Total de encuestados

Tabla 4: Regresión Modelo General al total de la muestra¹⁴

Regresión Modelo General al Total de la Muestra		
Mínimo Sueldo	Coef.	P>t
Beneficio Económico	188.544,80*	0,000
Desarrollo País	-6.566,13	0,866
Sustentabilidad y Medio Amb.	-13.183,27	0,744
Temas Sociales	-123.201,70*	0,003
Calidad	14.588,58	0,620
Cliente	-24.810,91	0,397
Investigación y Desarrollo	45.431,97	0,131
Posesión Título Profesional	-213.698,40*	0,000
Ingreso Familiar Per Cap.	0,39*	0,000
Edad	56.216,33*	0,000
Sexo	9.340,693	0,745
Constante	989.294,20*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la Tabla 4 se muestra el modelo básico que se utilizó para hacer los análisis con un total de 672 observaciones. Las siete primeras variables son dicotómicas e identifican la presencia con valor 1 o ausencia con valor 0, de los diferentes atributos en la empresa a la que se está postulando. Los dos atributos que

¹⁴Ver tabla completa en Anexo 7.

resultan significativos para el modelo son los de Orientación al Beneficio Económico y Orientación a Temas Sociales. Además se incluyeron cuatro variables sobre características personales; Posesión de Título Profesional, Ingreso Familiar Per Cápita, Edad y Sexo.

La Constante del modelo es estadísticamente significativa y representa un monto de \$989.294, el cual es la base de sueldo mínimo para todos los individuos de la muestra.

Sobre los atributos, los alumnos están dispuestos a pedir \$188.545 pesos más ante la presencia de Orientación al Beneficio Económico en la empresa. Por otro lado están dispuestos a dejar de recibir \$123.202 ante la presencia de Orientación a Temas Sociales.

Sobre las características personales, los individuos que ya tienen el título profesional, el mínimo sueldo disminuye en \$213.698. Además cobran usualmente una porción de 0,39 del Ingreso Familiar Per Cápita. En esta variable habrá variaciones en el caso de familias que tienen el mismo nivel de ingreso familiar pero una con más integrantes que la otra. Se encuentra una relación negativa entre su Ingreso Familiar Per Cápita y el número de integrantes de la familia. Esto quiere decir que familias más numerosas, resultan cobrar una porción inferior a familias menos numerosas para un mismo nivel de ingreso familiar.

Sobre la Edad, se exige también un monto de \$56.216,33 pesos en el mínimo sueldo por cada año que se cumple después de haber egresado.

Tabla 5: Regresión Modelo General diferenciado por sexo¹⁵

	Regresión Modelo General por Sexo			
	Hombres		Mujeres	
Mínimo Sueldo	Coef.	P>t	Coef.	P>t
Beneficio Económico	161.271,70*	0,003	179.009,60*	0,000
Desarrollo País	5.663,64	0,924	-27.309,44	0,590
Sustentabilidad y Medio Amb.	22.242,25	0,723	-58.774,52	0,256
Temas Sociales	-153.915,60*	0,015	-139.747,50*	0,009
Calidad	26.564,82	0,543	-11.062,97	0,777
Cliente	-51.511,97	0,230	-30.635,04	0,441
Investigación y Desarrollo	39.310,10	0,388	36.269,47	0,359
Posesión Título Profesional	-55.640,41	0,335	-283.147,80*	0,000
Ingreso Familiar Per Cap.	0,50*	0,000	-0,33**	0,102
Edad	20.011,17	0,188	77.540,50*	0,000
Constante	966.353,00*	0,000	1.242.208,00*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la Tabla 5 se muestra la misma regresión básica pero ahora separando la muestra por Sexo, la primera es solo considerando la muestra de Hombres con un total de 304 observaciones y la segunda para Mujeres con 368 observaciones. Las Constantes en los dos modelos son estadísticamente significativas; el hombre comienza con un sueldo mínimo de \$966.353 pesos como base mientras que la mujer comienza con un sueldo bastante más alto de \$1.242.208 pesos.

Las únicas variables de orientación que resultan ser significativas en las dos regresiones son la de Orientación al Beneficio Económico y Orientación a Temas Sociales nuevamente. Sobre la primera podemos ver que la mujer va a requerir un mínimo sueldo mayor ante la presencia de beneficio económico en la empresa con un coeficiente de \$179.010 pesos a diferencia del hombre con solo \$161.272 pesos.

¹⁵Ver tabla completa en Anexo 8.

Por otro lado, cuando la empresa tiene el atributo de Orientación a Temáticas Sociales los coeficientes son negativos. Esto quiere decir que la persona está dispuesta a exigir menos dinero en su sueldo mínimo ante la presencia de ese atributo. La mujer nuevamente está dispuesta a pedir menos dinero en el mínimo sueldo con un monto de \$153.916 pesos a diferencia del hombre que está dispuesto a dejar de recibir solo \$139.748 pesos.

Para los demás atributos podemos ver que las mujeres tienen preferencias contrarias a los hombres. En Desarrollo de País, Sustentabilidad y Medio Ambiente y Calidad, la Mujer tiene coeficientes negativos y los hombres positivos. Orientación al Cliente y de Investigación y Desarrollo comparten el mismo sentido con coeficiente negativo para el primero y positivo para el segundo.

Podemos ver que la mujer tiene un comportamiento con mayor variabilidad que el de los hombres ante la presencia o ausencia de atributos. Se puede concluir que la mujer es más exigente con su sueldo cuando va a trabajar en una empresa orientada al Beneficio Económico pero al mismo tiempo también es más generosa y es capaz de ceder más si es que va a trabajar en una fundación, organización no lucrativa o empresa orientada a Temáticas Sociales.

Otra variable que es significativa para el modelo es el Ingreso Familiar Per Cápita. El hombre está dispuesto a aumentar su sueldo en un coeficiente de 0,5 mientras que la mujer está dispuesta a disminuirlo en una porción de 0.33. La posesión del título profesional solo es significativo en la regresión de la mujer, esta vería disminuido su mínimo sueldo en un monto de \$283.148 pesos si es que está titulada. Ocurre lo mismo en la variable de Edad, solo es estadísticamente significativa para las mujeres, ellas están dispuestas a cobrar \$77.541 más por cada año que cumple después de egresar mientras que para los hombres esta variable no es relevante al momento de decidir.

Tabla 6: Regresión Modelo simplificado para Sexo Masculino¹⁶

Mínimo Sueldo	Hombre	
	Coef.	P>t
Beneficio Económico	164.956,90*	0,001
Temas Sociales	-145.616,80*	0,010
Ingreso Familiar Per Cápita	0,52*	0,000
Constante	963.552,90*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la Tabla 6 solo fueron incluidas las variables que resultaron estadísticamente significativas de la tabla 5 para Sexo Masculino con el fin de mostrar un modelo más simplificado. La Tabla 6 representa un menor BIC en comparación a al modelo de la Tabla 5, esto implica un número menor de variables explicativas y mejor ajuste por lo que se concluye que es más preferible este nuevo modelo para determinar el mínimo sueldo en este grupo.

Tabla 7: Diferencia de BIC para Sexo Masculino

Sexo Masculino	
BIC Tabla 5	8.681,208
BIC Tabla 6	8.646,456
Diferencia ¹⁷	34,752*

Le ecuación general quedaría expresada de la siguiente forma:

$$\text{Mínimo Sueldo} = 963.552,90 + \text{Beneficio Económico} * 164.956,90 - \text{Temas Sociales} * 145.616,80 \\ + \text{Ingreso Familiar Per Cápita} * 0,52 + \text{error}$$

De la misma forma se crea modelo simplificado con las variables estadísticamente significativas para mujeres:

¹⁶Ver tabla completa en Anexo 9.

¹⁷Hay evidencia muy fuerte en contra del modelo con alto BIC cuando la diferencia entre ellos es superior a 10. Bayes Factors. Journal of the American Statistical Association 90 (430): 773–795 Kass, Robert E.; Adrian E. Raftery (1995).

Tabla 8: Regresión Modelo simplificado para Sexo Femenino¹⁸

	Mujer	
Mínimo Sueldo	Coef.	P>t
Beneficio Económico	191.185,60*	0,000
Temas Sociales	-158.539,60*	0,001
Posesión Título Profesional	-278.596,50*	0,000
Ingreso Familiar Per Cápita	-0,31**	0,120
Edad	76.212,82*	0,000
Constante	1.207.842,00*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En esta regresión solo fueron incluidas las variables que resultaron estadísticamente significativas de la tabla 5 para Sexo Femenino con el fin de mostrar un modelo más simplificado. Para este caso, la diferencia entre los BIC de cada modelo sigue siendo superior a 10, por lo que es preferible este segundo modelo para determinar el mínimo sueldo en este grupo.

Tabla 9: Diferencia de BIC para Sexo Femenino

Sexo Femenino	
BIC Tabla 5	10.483,780
BIC Tabla 8	10.457,080
Diferencia ¹⁹	26,700*

Le ecuación general quedaría expresada de la siguiente forma:

$$\text{Mínimo Sueldo} = 1.207.842,00 + \text{Beneficio Económico} * 191.185,60$$

$$- \text{Temas Sociales} * 158.539,60 - \text{Posesión Título Profesional} * 278.596,50$$

$$- \text{Ingreso Familiar Per Cápita} * 0,31 + \text{Edad} * 76.212,82 + \text{error}$$

¹⁸Ver tabla completa en Anexo 10.

¹⁹Hay evidencia muy fuerte en contra del modelo con alto BIC cuando la diferencia entre ellos es superior a 10.

Resultados Modelo General y Simplificado: Encuestados Buscando Trabajo

Tabla 10: Regresión Modelo General de los encuestados Buscando Trabajo²⁰

Regresión Modelo General al Total de la Muestra de los encuestados Buscando Trabajo		
Mínimo Sueldo	Coef.	P>t
Beneficio Económico	56.294,67	0,352
Desarrollo País	-119.317,10	0,144
Sustentabilidad y Medio Amb.	10.764,69	0,879
Temas Sociales	-186.717,10*	0,014
Calidad	-90.859,71	0,143
Cliente	-26.875,88	0,643
Investigación y Desarrollo	17.532,36	0,755
Posesión Título Profesional	-294.773,30*	0,000
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,09*	0,000
Edad	20.508,01	0,266
Sexo	-199.345,00*	0,001
Tiempo Buscando Trabajo	99.597,00	0,185
Constante	1.530.695,00*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la tabla 10 se muestra la misma regresión básica del comienzo (ver tabla 4), solo que ahora está condicionada a la muestra de personas que está Buscando Trabajo con un número total de observaciones de 160. La Constante de este modelo es significativa con una base de \$1.530.695 pesos. Sobre los atributos, las personas están dispuestas dejar \$186.717,10 ante la presencia de orientación a Temas sociales dentro de la empresa; el cual es el único significativo para este modelo.

²⁰Ver tabla completa en Anexo 11.

Sobre las características personales, las personas que tienen el Título Profesional dejan de cobrar \$294.773 de pesos de su mínimo sueldo y a sacrifican 1,09 de su Ingreso Familiar Per Cápita.

En este caso la variable Sexo se activa cuando el género es Femenino, por lo que el hecho de ser Mujer significa un sueldo mínimo de \$199.345 pesos menos.

Tabla 11: Regresión Modelo General de los encuestados Buscando trabajo diferenciado por Sexo²¹

Mínimo Sueldo	Regresión Modelo General al Total de la Muestra de los encuestados Buscando Trabajo por Sexo			
	Hombres		Mujeres	
	Coef.	P>t	Coef.	P>t
Beneficio Económico	151.067,90	0,121	-19.558,79	0,803
Desarrollo País	-60.176,83	0,720	-116.491,90	0,231
Sustentabilidad y Medio Amb.	182.854,10	0,136	-49.613,99	0,560
Temas Sociales	-38.262,22	0,803	-336.326,00*	0,000
Calidad	47.975,53	0,621	-136.366,30**	0,080
Cliente	32.991,53	0,686	-21.691,52	0,779
Investigación y Desarrollo	120.292,40	0,135	-73.958,71	0,307
Posesión Título Profesional	-621.035,90*	0,039	-261.969,90*	0,005
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,90*	0,017	-1,49*	0,000
Edad	-20.371,08	0,426	69.046,64	0,007
Tiempo Buscando Trabajo	317.919,60	0,186	74.128,63	0,417
Constante	1.395.523,00*	0,000	1.542.150,00*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la Tabla 11 se muestra la regresión básica pero ahora solo para los encuestados que se encuentran buscando trabajo y diferenciadas por género. En los dos modelos existe una Constante significativa, para los hombres de \$1.395.523 pesos y para las mujeres de \$1.542.150 pesos. Podemos ver que en

²¹Ver tabla completa en Anexo 12.

la regresión para los Hombres hay pocas variables significativas. La única variable importante en este modelo es la de Posesión de Título Profesional, la cual determina \$621.036 menos cuando hay obtención de este y la variable de Ingreso Familiar Per Cápita, con valor negativo de 1,9.

Aquí ocurre nuevamente que en los demás atributos hay valoraciones contrarias entre los hombres y mujeres. La orientación al Beneficio Económico, Sustentabilidad y Medio Ambiente, Calidad, Cliente e Investigación y Desarrollo tiene coeficientes con signos opuestos para cada género. Solo Desarrollo de País y Temas Sociales tienen el mismo sentido.

En la regresión para las mujeres, se ve que están dispuestas a cobrar un monto de \$336.326 pesos menos cuando la empresa está orientada a los Temas Sociales y \$136.366 pesos menos cuando hay orientación por la Calidad del producto o servicio. Sobre su información personal, va a dejar de cobrar \$261.970 cuando obtenga su Título Profesional y también cobrara una porción de 1,49 del Ingreso Familiar Per Cápita.

Tabla 12: Regresión Modelo Simplificado para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Masculino²²

Mínimo Sueldo	Hombre	
	Coef.	P>t
Beneficio Económico	207.512,20*	0.006
Investigación y Desarrollo	165.991,40*	0.025
Posesión Título Profesional	-636.855,50*	0.009
Ingreso Familiar Per Cápita	-1,87*	0.009
Tiempo Buscando Trabajo	292.110,20**	0.175
Constante	1.389.941,00*	0.000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

²²Ver tabla completa en Anexo 13.

En la Tabla 12 solo fueron incluidas las variables que tenían menor valor P>t de la Tabla 11 para Sexo Masculino con el fin de encontrar un nuevo modelo con variables que si fueran significativas. Las variables que se incluyeron resultaron en su mayoría con P>t al 5% y además representan un menor BIC en comparación al modelo de la Tabla 11. Esto implica un número menor de variables explicativas y mejor ajuste por lo que se concluye que es más preferible este nuevo modelo para determinar el mínimo sueldo de este grupo.

Tabla 13: Diferencia de BIC para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Masculino

Busca Trabajo Masculino	
BIC Tabla 11	1.582,110
BIC Tabla 12	1.563,994
Diferencia ²³	18,116

Le ecuación general quedaría expresada de la siguiente forma:

$$\text{Mínimo Sueldo} = 1.389.941,00 + \text{Beneficio Económico} * 207.512,20$$

$$- \text{Investigación y Desarrollo} * 165.991,40 - \text{Posesión Título Profesional} * 636.855,50$$

$$- \text{Ingreso Familiar Per Cápita} * 1,87 + \text{Tiempo Buscando Trabajo} * 292.110,20 + \text{error}$$

De la misma forma se crea modelo simplificado con las variables estadísticamente significativas para mujeres:

Tabla 14: Regresión Modelo Simplificado para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Femenino²⁴

Mínimo Sueldo	Mujer	
	Coef.	P>t
Temas Sociales	-337.798,40*	0.000
Calidad	-88.128,49	0.174
Posesión Título Profesional	-259.770,60*	0.003

²³ Hay evidencia muy fuerte en contra del modelo con alto BIC cuando la diferencia entre ellos es superior a 10.

²⁴ Ver tabla completa en Anexo 14.

Ingreso Familiar Per Cápita	-1,44*	0.000
Edad	72.362,02*	0.004
Tiempo Buscando Trabajo	120.276,80	0.159
Constante	1.357.923,00*	0.000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En esta regresión (Tabla 14) solo fueron incluidas las variables que resultaron estadísticamente significativas de la Tabla 11 para Sexo Femenino con el fin de mostrar un modelo más simplificado. La diferencia entre BIC de las dos regresiones sigue siendo mayor a 10, por lo que es evidente que el segundo modelo es mejor.

Tabla 15: Diferencia de BIC para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Femenino

Busca Trabajo Femenino	
BIC Tabla 11	2.969,220
BIC Tabla 14	2.949,690
Diferencia ²⁵	19,530

Le ecuación general quedaría expresada de la siguiente forma:

Mínimo Sueldo

= **1.357.923,00** – *Temas Sociales* * **337.798,40** – *Calidad*

* **88.128,49**

– *Posesión Título Profesional* * **259.770,60** – *Ingreso Familiar Per Cápita*

* **1,44**

+ *Edad* * **72.362,02** + *Tiempo Buscando Trabajo* * **292.110,20** + *error*

²⁵ Hay evidencia muy fuerte en contra del modelo con alto BIC cuando la diferencia entre ellos es superior a 10.

Resultados Comparativos: Buscando y No Buscando Trabajo

Tabla 16: Regresión Modelo General diferenciado para los que Buscan y No Buscando Trabajo²⁶

Mínimo Sueldo	Regresión Modelo General al Total de la Muestra de los encuestados			
	Buscando Trabajo		No Buscando Trabajo	
	Coef.	P>t	Coef.	P>t
Beneficio Económico	56.294,67	0,352	193.848,60*	0,000
Desarrollo País	-119.317,10	0,144	12.913,53	0,760
Sustentabilidad y Medio Amb.	10.764,69	0,879	-27.371,72	0,546
Temas Sociales	-186.717,10*	0,014	-141.606,10*	0,002
Calidad	-90.859,71	0,143	19.034,16	0,554
Cliente	-26.875,88	0,643	-36.858,85	0,257
Investigación y Desarrollo	17.532,36	0,755	45.220,89	0,177
Posesión Título Profesional	-294.773,30*	0,000	-89.053,38*	0,037
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,09*	0,000	0,36*	0,000
Edad	20.508,01	0,266	64.383,80*	0,000
Sexo	-199.345,00*	0,001	65.818,70*	0,037
Tiempo Busca Trabajo	99.597,00	0,185	Omitida	
Constante	1.530.695,00*	0,000	984.423,20*	0,000

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

En la Tabla 16 se muestra la regresión básica diferenciando a las personas que no están buscando y las que sí están buscando trabajo, la primera con un total de 512 observaciones y la segunda con 160 observaciones. Las Constantes en los dos modelos son estadísticamente significativos. Los que buscan trabajo comienza con un sueldo mínimo de \$1.530.695 pesos como base mientras que las personas que no buscan trabajo comienza con un sueldo base de solo \$984.423 pesos. Se supone que las personas que no están buscando trabajo pueden estimar de igual forma su sueldo mínimo aunque no esté dentro de sus planes.

²⁶Ver Tabla completa para Buscando Trabajo en Anexo 11. Ver tabla completa par No Buscando Trabajo en Anexo 15.

En los atributos, la Orientación al Beneficio Económico es significativo solo para las personas que no están buscando trabajo con un monto positivo de \$193.849. La Orientación a Temas Sociales disminuye el mínimo sueldo, en los ambos grupos, en un monto de \$186.717 para lo que buscan trabajo y \$141.606 para los que no buscan trabajo.

Tener Título Profesional también es negativo para los dos casos con un coeficiente de \$294.773 para los que sí buscan trabajo y \$89.053 para los que no buscan trabajo. El Ingreso familiar Per Cápita se multiplica por una porción de 1,09 en forma negativa para los que buscan y se multiplica por 0,36 en forma positiva para los que no buscan.

La edad es estadísticamente significativa solo para los que no buscando trabajo, agregando \$64.384 pesos por año adicional después del egreso.

Analizando la variable Sexo, podemos ver que las mujeres que buscan trabajo son capaces de dejar de recibir \$199.345 pesos más que los hombres. Por otro lado, cuando no están buscando trabajo, aumentan en \$65.819 el sueldo mínimo sueldo por el que trabajarían para una organización.

Discusión de Resultados

A continuación se presentan las observaciones más importantes que surgieron del análisis con el objeto de enmarcar los principales determinantes del mínimo sueldo en la búsqueda de trabajo.

En la mayoría de los modelos, la constante para las mujeres es más alta que la de los hombres. Esto quiere decir que el sueldo base mínimo para las mujeres es más alto. Además la mujer tiene mayores variables significativas con coeficientes negativos que los hombres en todos los modelos. Esto sirve para complementar la primera observación, si bien las mujeres comienzan con una constante más alta, tienen mayores castigos en las demás variables.

Para todos los modelos, los atributos que más se repiten con significancia son la orientación al Beneficio Económico y orientación a Temas Sociales. La mujer es más exigente con su sueldo mínimo que los hombres cuando una empresa tiene Orientación a los Beneficios y también es capaz de cobrar menos que los hombres al postular a un trabajo orientado a Temas Sociales.

Complementando la observación anterior, las mujeres son capaces de disminuir su sueldo mínimo en una organización con orientación a los Temas Sociales en mayor cantidad cuando se encuentran buscando trabajo. Para los hombres, cuando hay orientación al beneficio económico, cobran un monto mayor cuando están buscando trabajo.

Las principales características encontradas sobre los demás atributos son que los hombres valoran la orientación a la Investigación y Desarrollo en forma positiva solo cuando están buscando trabajo. Mientras que las Mujeres valoran la orientación a la Calidad en forma negativa solo cuando están buscando trabajo.

Sobre las variables de características personales encontramos que para todos los modelos, la posesión del Título Profesional significa una baja en el sueldo mínimo. Además la Edad es significativa solo en los modelos para género femenino, ellas normalmente cobran un monto por año adicional después del egreso que no es diferente al cuando están buscando trabajo.

Mientras más tiempo pasan las personas buscando trabajo, los hombres deciden aumentar el sueldo mínimo en mayor cantidad que las mujeres.

Sobre la variable de Ingreso Familiar Per Cápita, los hombres normalmente cobran una porción positiva de su Ingreso Familiar Per Cápita, pero cuando están buscando trabajo deciden disminuir su sueldo mínimo en casi el doble del monto de este Ingreso. Las mujeres normalmente dejan de cobrar en su sueldo mínimo una porción de su Ingreso Familiar Per Cápita, pero cuando están buscando trabajo, al igual que los hombres, deciden disminuir aún más en una porción mayor al monto de este ingreso.

Estas fueron las principales características que se encontraron en el momento de determinar el mínimo sueldo para la muestra diferenciada por género.

Conclusiones

En la vida laboral es trascendental la elección del primer trabajo, punto en que se inicia el ejercicio de la carrera profesional. Esta elección, sumado a los cambios que ha sufrido la sociedad en los últimos años, genera cuestionamientos sobre el valor que se le debe atribuir al trabajo una vez que se ha está finalizando el plan de estudio o se ha obtenido el título profesional. En este contexto surge incertidumbre en los jóvenes, cuando deben poner en práctica los conocimientos adquiridos y no tienen convicción del valor que debería asignarle a su propio trabajo.

Esta investigación, realizada exclusivamente con alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial Mención Administración en sus últimos años o titulados, buscó despejar dudas sobre el mínimo sueldo por el que se trabajaría en una organización considerando factores de diferentes ámbitos, lo que le permitirá a los estudiantes o titulados tener como referencia el hecho de que sus pares no solo se ven influenciados por variables personales, sino que también están considerando variables organizacionales que van el línea con las mismas creencias o convicciones personales. En este sentido, se ve reflejado que el sueldo es una variable que permite medir esta disposición a trabajar, permitiendo así mismo, tener una aproximación del monto por el que los alumnos o titulados están dispuestos a trabajar.

Por otro lado, las organizaciones, envueltas en un ambiente que se vuelve más competitivo, en el que los recursos son limitados, pueden utilizar la presente investigación como referencia a la hora de considerar usar sus propias características organizacionales como medio de atracción de talentos jóvenes con intereses muy diversos, lo cual podría incluso generar un ahorro de recursos monetarios. Los intereses personales de los candidatos a la hora de establecer un mínimo sueldo para trabajar en una organización, sumado a una eficiente comunicación de los valores, creencias u orientaciones por parte de estas mismas organizaciones podrían resultar en una combinación exitosa en el que los nuevos

empleados estén motivados y entreguen lo mejor de sí, en línea con los intereses personales y con los intereses organizacionales.

Se deja este trabajo en disposición de estos grupos de interés para que puedan hacer uso de su información y puedan utilizarlo como apoyo, ya sea en la etapa inicial del desarrollo profesional de los jóvenes o en la captación de talentos por parte de las empresas.

Referencias

Castex, G., Sepúlveda, F. (2014) Caracterización del Mercado Laboral en Chile y su Evolución en los últimos 25 años. Banco Central de Chile, N°728, Mayo 2014.

Cepal y Mayol (2006) El Mercado Laboral y los jóvenes: Una mirada del empresariado, Campusano, C. L. De Los Jóvenes y el empleo en América Latina. Desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario Laboral. Weller, J. Editor, Capítulo V., 2006

Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones. Administración estratégica. 8a. ed. México: McGraw-Hill, 2009.

Dirección del Trabajo, Centro de Consultas Laborales, Ingreso Mínimo [en línea] <<http://www.dt.gob.cl/consultas/1613/w3-propertyvalue-22104.html>> [consulta: 30 de junio 2015]

EAE Business School (2014) ¿Por qué las empresas prefieren incentivos no monetarios? [en línea] <<http://retos-directivos.eae.es/por-que-las-empresas-prefieren-incentivos-no-monetarios/>> [consulta: 07 de junio 2015]

García Martínez, J. M. y Berrios Martos, M. P. (1999) El significado del trabajo en personas con patrón de conducta tipo A. Psicothema, 1999. Vol. 11, n°2, pp. 357-366.

García Sedeño, M. A., Barbero García, M. I., Ávila Carretero, I. y García Tejera, M. C. (2003) La motivación laboral de los jóvenes en su primer empleo. Psicothema 2003. Vol. 15, n°1, pp. 109-113.

Herzberg, F. (1959) The motivation to work; John Wiley and sons. 2ª Edición.

Ministerio de Educación de Chile (2014) Ingresos brutos mensuales (en pesos a octubre de 2014) [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015]

Ministerio de Educación de Chile (2014) Ingresos brutos mensuales por tramos (en pesos a octubre de 2014) [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015]

Ministerio de Educación de Chile (2014) Empleabilidad al 1er y 2º año posterior a la titulación [en línea] <<http://www.mifuturo.cl>> [consulta: 20 de junio 2015]

MOW International Research Team (1987) *The Meaning of working*, Academic Press.

OIT (2012) *La crisis del empleo juvenil: Un llamado a la acción. Resolución y conclusiones de la 101ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo*. Ginebra, Primera Edición, 2012.

OIT (2015) *¿Qué sabemos sobre los programas y políticas de primer empleo en América Latina?* Organización Internacional del Trabajo, 2015, Primera Edición 2015.

Porter, M. E. (1980) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980.

Reeve, J. (1994) *Motivación y Emoción*. Madrid, España. Mc Graw Hill.

Salanova, M., Osca, A., Peiró, M., Prieto, F., Sancerni, M. D., Rev. (1991) Significado del trabajo en los jóvenes en la transición e incorporación al mercado laboral. *De Psicol. Gral. Y Aplic.*, 1991, 44 (1), pp. 113-125.

Schkolnik, M., CEPAL (2005) *Caracterización de la inserción laboral de los jóvenes*, Serie Políticas Sociales.

The Economist (2009). Triple bottom line [En línea] <<http://www.economist.com/node/14301663>> [consulta: 02 de mayo del 2015]

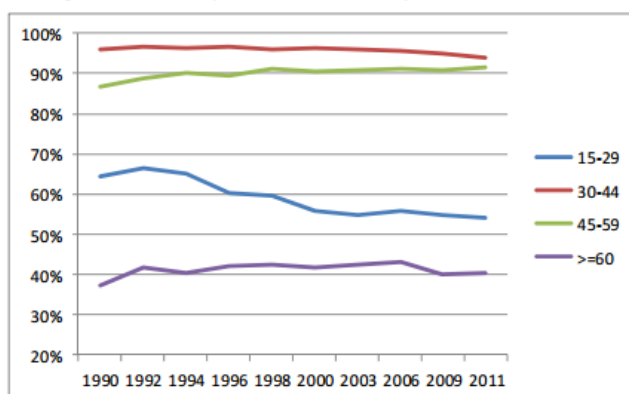
24Horas.cl TVN (2014) *Vía pública: ¿Cuál es la situación del mercado laboral en Chile?* [en línea] <<http://www.24horas.cl/programas/viapublica/via-publica-cual-es-la-situacion-del-mercado-laboral-en-chile-1208720>> [consulta: 06 de junio 2015]

Anexos

Anexo 1

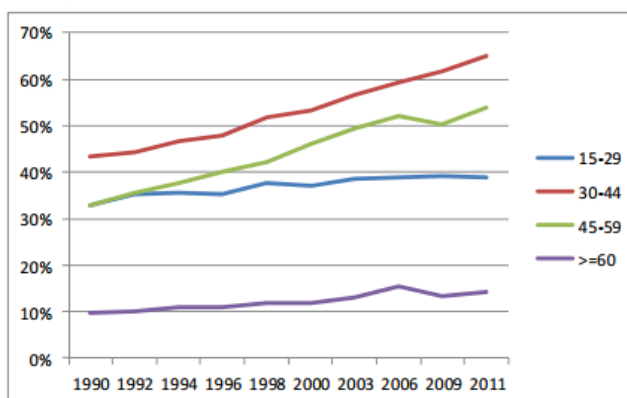
Gráficos Participación Masculina y Femenina por tramos etarios

Figura 3: Participación masculina por tramos etarios



NOTA: Participación laboral definida como la población activa sobre aquella en edad de trabajar. Elaboración propia, fuente CASEN.

Figura 4: Participación femenina por tramos etarios

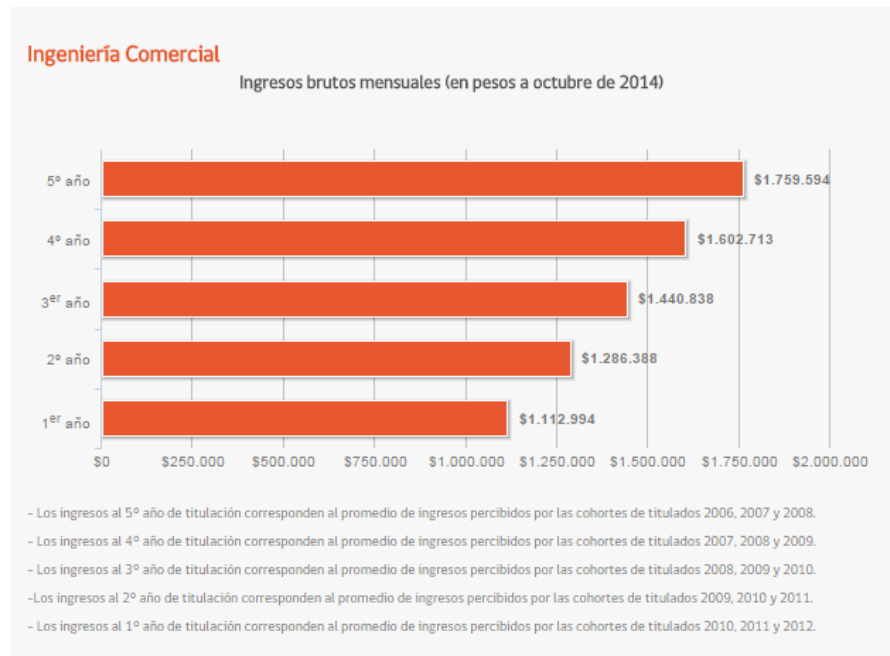


NOTA: Participación laboral definida como la población activa sobre aquella en edad de trabajar. Elaboración propia, fuente CASEN.

Fuente: Banco Central de Chile.

Anexo 2

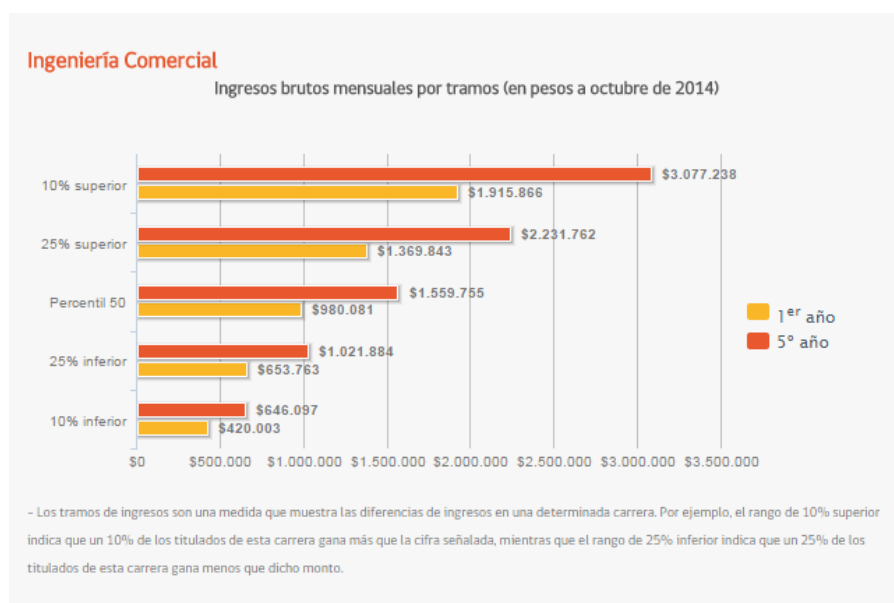
Gráfico Ingresos brutos mensuales (en pesos a octubre de 2014)



Fuente: www.mifuturo.cl

Anexo 3

Ingresos brutos mensuales por tramo (en pesos a octubre de 2014)



Fuente: www.mifuturo.cl

Anexo 4

Selección de Empresas.

Del total de 8 empresas seleccionadas para medir los atributos especificados, 4 fueron escogidas del ranking de empresas más postuladas a la Feria Laboral de Otoño 2015 de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, con criterios de diversificación de empresas así como indagación con entrevistados.

Ranking	Organizaciones	Selección
1	COCA-COLA ANDINA	Seleccionada
2	WALMART CHILE COMERCIAL LTDA	
3	Unilever Chile Ltda	
4	Santander	Seleccionada
5	Compañía de petroleos de chile Copec S.A.	
6	Empresas CMPC S.A	
7	Soprole S.A	Seleccionada
8	CENCOSUD S.A	
9	CMR	
10	Farmacias Cruz Verde S.A.	Seleccionada

Las 4 empresas restantes, Lan Airlines, Codelco, Fundación América Solidaria, Falabella, se seleccionaron por su relación con los estudiantes de la Facultad, ya sea porque han participado de Ferias Laborales anteriores o porque son reconocidas en indagaciones con entrevistados.

Anexo 5

Entrevistas

Entrevista 1: Mujer. Titulada.

1. ¿Piensas empezar a trabajar o continuar estudiando?
R: Trabajar.
2. ¿Cómo te ves en cuatro meses?
R: Trabajando y si bien uno siempre cree que el primer trabajo no es lo más ideal, si estar en el área que le gusta (Recursos Humanos) Aspira solamente al área, no a la empresa.
3. ¿Cómo te ves en un año?
R: Aspira a entrar a la empresa que le gusta, adquirir experiencia. Su área de gusto exige experiencia por lo que su primer año se verá dedicado a eso.
4. Luego de haber rendido el examen de grado, ¿Cuál es tu siguiente meta a cumplir?
R: Encontrar un cargo donde me sienta bien, mis capacidades se aprovechan, me sienta cómoda y útil.
5. ¿Piensas tomarte un periodo sabático?
R: No prefiero un periodo sabático por motivos económicos. Me gusta financiar mis propias actividades por lo que no tengo problemas de trabajar incluso en trabajos no profesionales.

6. ¿Cuáles son tus intereses fuera del ámbito laboral que deseas desarrollar en los próximos meses? Nombra al menos 3.

R: Primero tener estabilidad económica, tener casa, un trabajo que me permita estabilidad económica, no ser millonaria pero si estable. Segundo, lograr superar con éxito la etapa de búsqueda de primer trabajo. Me siento en un limbo en este momento, por lo que mi prioridad es encontrar estabilidad emocional y satisfacción. Tercero, congeniar los dos primeros con la familia, no estresarse por la presión familiar.

7. Si vives aún con tu familia, ¿En cuánto tiempo te gustaría independizarte?

R: Máximo en un año, siempre he sido una mujer súper independiente, lo veo como desafío propio y porque su relación familiar no es muy cómoda.

8. ¿Piensas ir a vivir a otro país en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?

R: Por mi sola no me iría, pero si fuera por trabajo si lo haría. En los próximos 5 años sí. Tiene la noción de que afuera su rubro es mejor.

9. ¿Piensas formar una familia en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?

R: Idea que veo lejana, no es para mí. En próximos 5 años si tiene visión de familia.

10. ¿Piensas comprar un auto en los próximos 12 meses?

R: Si me gustaría, si es que tengo el piso económico.

11. ¿Piensas comprar un departamento en los próximos 12 meses?

R: Si me gustaría dentro de 12 meses, más adelante tener una casa propia.

12. ¿Cuál es tu pretensión de renta en tu primer trabajo?

R: Entre \$850.000 y \$900.000 líquidos.

13. Describe el ambiente laboral de tu trabajo ideal

R: Ambiente amigable y acogedor (En la práctica no se podía hacer nada cuando estaba el gerente, me molestaba no poder usar mi peircing). Un ambiente que deje de lado las condiciones que no influyen en el desarrollo del trabajo. Que haya recursos y se puedan utilizar adecuadamente, computador con todos los programas. Un ambiente que te permita crecer y te de las oportunidades, Que se pueda participar y opinar.

14. ¿Existe alguna actividad que no hayas podido realizar por estar estudiando y que ahora puedas realizar?

R: Todo, ahora tengo vida, actividades deportivas, yoga y teatro. Actividades sociales: tengo más ganas de escuchar y conversar con las demás personas. Tengo mejor uso de mi tiempo.

Entrevista 2: Hombre. Titulado.

1. ¿Piensas empezar a trabajar o continuar estudiando?

R: trabajar un par de años y después hacer un MBA, para esto se necesitan años de experiencia.

2. ¿Cómo te ves en cuatro meses?

R: trabajando, áreas de proyectos, en industrias de servicios y tecnología.

3. ¿Cómo te ves en un año?

R: Seguir trabajando con más responsabilidades. Mayor estabilidad en la empresa.

4. Luego de haber rendido el examen de grado, ¿Cuál es tu siguiente meta a cumplir?
R: Encontrar trabajo, que me guste y que paguen bien.
5. ¿Piensas tomarte un periodo sabático?
R: No puede, necesito el dinero para mantenerme y empezar a ahorrar. No me gustan muchos tiempos de vacaciones y tiempo libre.
6. ¿Cuáles son tus intereses fuera del ámbito laboral que desees desarrollar en los próximos meses? Nombra al menos 3.
R: inscribir en una piscina, más deportes, independizarme de los padres, ahorros.
7. Si vives aún con tu familia, ¿En cuánto tiempo te gustaría independizarte?
R: Quiero casarme en unos tres años más para irme de la casa, tema cultural (Asiático).
8. ¿Piensas ir a vivir a otro país en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: No en los próximos 12 meses, en 5 años podría ser. Quizás MBA lo hago afuera.
9. ¿Piensas formar una familia en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: 5 años es poco, 7 años en formar familia.
10. ¿Piensas comprar un auto en los próximos 12 meses?
R: Si pienso comprar un auto, lo estoy comprando actualmente. Mi papá me lo está vendiendo.
11. ¿Piensas comprar un departamento en los próximos 12 meses?
R: En más de un año, en el momento que me case.
12. ¿Cuál es tu pretensión de renta en tu primer trabajo?
R: Entre \$1.000.000 y \$1.200.000 pesos.
13. Describe el ambiente laboral de tu trabajo ideal
R: Ambiente cercano, que se conozca a los colegas, almorzar con colegas, pasar tiempo libre con los colegas, after office. Lo viví en la última práctica y fue muy gratificante.
14. ¿Existe alguna actividad que no hayas podido realizar por estar estudiando y que ahora puedas realizar?
R: Irse de vacaciones, realmente disfrutar vacaciones.

Entrevista 3: Mujer. Estudiante.

1. ¿Piensas empezar a trabajar o continuar estudiando?
R: Actualmente estoy en magister.
2. ¿Cómo te ves en cuatro meses?
R: Estudiando para el magister.
3. ¿Cómo te ves en un año?
R: Tomarme vacaciones por 3 meses después de finalizar su estudio. (América Latina: Amazonas).
4. Luego de haber rendido el examen de grado, ¿Cuál es tu siguiente meta a cumplir?
R: Terminar el magister. Me gustaría trabajar en la fundación Sol (por su misión y son críticos ante las estadísticas de temas en pobreza y desempleo).

5. ¿Piensas tomarte un periodo sabático?
R: 6 meses después de el egreso.
6. ¿Cuáles son tus intereses fuera del ámbito laboral que deseas desarrollar en los próximos meses? Nombra al menos 3.
R: Tomar curso manejo, clases de pintura, hacer un lugar para pintar y viajar.
7. Si vives aún con tu familia, ¿En cuánto tiempo te gustaría independizarte?
R: En dos años, un año después de egresar.
8. ¿Piensas ir a vivir a otro país en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: No pienso aún vivir afuera. Por trabajo hay oportunidades que veo conveniente en Chile (empleos como economista).
9. ¿Piensas formar una familia en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: No, soy muy independiente.
10. ¿Piensas comprar un auto en los próximos 12 meses?
R: Pagar un curso de inglés.
11. ¿Piensas comprar un departamento en los próximos 12 meses?
R: 2 años después de egreso.
12. ¿Cuál es tu pretensión de renta en tu primer trabajo?
R: Entre \$1.000.000 y \$1.200.000 de pesos, por salarios de mercado.
13. Describe el ambiente laboral de tu trabajo ideal
R: Súper relajado, no tan formal, que no importe la apariencia, que el grupo no sea tan grande. Organizaciones pequeñas.
14. ¿Existe alguna actividad que no hayas podido realizar por estar estudiando y que ahora
R: Diseño de vestuario.

Entrevista 4: Mujer. Estudiante.

1. ¿Piensas empezar a trabajar o continuar estudiando?
R: Hacer magister de finanzas, luego trabajar por 3 años y después continuar estudiando.
2. ¿Cómo te ves en cuatro meses?
R: Estudiar para magister de finanzas
3. ¿Cómo te ves en un año?
R: Trabajando en algo relacionado con el magister, aun con la familia, ahorrando para gastar en hobbies. Planeando proyectos futuros
4. Luego de haber rendido el examen de grado, ¿Cuál es tu siguiente meta a cumplir?
R: Encontrar trabajo ideal y tener un puntaje (GMAT) que me permita elegir la universidad para siguientes estudios.
5. ¿Piensas tomarte un periodo sabático?
R: No periodo sabático, no me gustaría personalmente, me sentiría estresada por hacer nada.

6. ¿Cuáles son tus intereses fuera del ámbito laboral que deseas desarrollar en los próximos meses? Nombra al menos 3.
R: Aprender Chino, aprender a tocar piano, clases de baile o natación, algo que me distraiga de los esquemas.
7. Si vives aún con tu familia, ¿En cuánto tiempo te gustaría independizarte?
R: Irme de la casa cuando vaya a estudiar afuera de Chile.
8. ¿Piensas ir a vivir a otro país en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: Solo irme por motivos académicos y luego volver. He estado antes afuera del país y me ha servido de motivación para futuros estudios en el extranjero.
9. ¿Piensas formar una familia en los próximos 12 meses? ¿En los próximos 5 años?
R: 12 meses no, aproximadamente en 3 años.
10. ¿Piensas comprar un auto en los próximos 12 meses?
R: No, quizás después de 3 o 4 años sí.
11. ¿Piensas comprar un departamento en los próximos 12 meses?
R: No, muy pronto
12. ¿Cuál es tu pretensión de renta en tu primer trabajo?
R: Entre \$1.500.000 y \$1.800.000 de pesos, por el magister.
13. Describe el ambiente laboral de tu trabajo ideal
R: Trabajo agradable, compañeros buenos, lugar que te permita crecer profesionalmente. Empresa que te puedas trasladar de área.
14. ¿Existe alguna actividad que no hayas podido realizar por estar estudiando y que ahora puedas realizar?
R: Clases de baile, tiempo personal y para la familia.

Anexo 6

Encuesta Final Seminario de Título

En el marco de la realización de nuestro Seminario de Título, le agradeceríamos que respondiera esta breve encuesta que será utilizada para fines estrictamente académicos por estudiantes de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

No se solicita identificación alguna por lo que se garantiza total anonimato de sus respuestas.

De antemano muchas gracias.

Instrucciones

A continuación se le presentará una selección de organizaciones, para las cuales se le solicitará responder una serie de preguntas.

1. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Lan Airlines**
 - Sí (1)
 - No (2)
 - No sé (3)

2. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Lan Airlines**? (Debe seleccionar al menos dos)
 - Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
 - Orientación al desarrollo del país (0,1)
 - Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
 - Orientación a temas sociales (0,1)
 - Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
 - Orientación al Cliente (0,1)
 - Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

3. Si trabajara para **Lan Airlines**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?
 - Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
 - Orientación al desarrollo del país (0,1)
 - Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
 - Orientación a temas sociales (0,1)
 - Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
 - Orientación al Cliente (0,1)
 - Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

4. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Banco Santander**
- Sí (1)
 - No (2)
 - No sé (3)
5. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Banco Santander**? (Debe seleccionar al menos dos)
- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
 - Orientación al desarrollo del país (0,1)
 - Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
 - Orientación a temas sociales (0,1)
 - Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
 - Orientación al Cliente (0,1)
 - Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)
6. Si trabajara para **Banco Santander**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?
- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
 - Orientación al desarrollo del país (0,1)
 - Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
 - Orientación a temas sociales (0,1)
 - Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
 - Orientación al Cliente (0,1)
 - Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)
7. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Coca Cola Andina**
- Sí (1)
 - No (2)
 - No sé (3)
8. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Coca Cola Andina**? (Debe seleccionar al menos dos)
- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
 - Orientación al desarrollo del país (0,1)
 - Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
 - Orientación a temas sociales (0,1)
 - Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
 - Orientación al Cliente (0,1)
 - Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)
9. Si trabajara para **Coca Cola Andina**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?
- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)

- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

10. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Farmacias Cruz Verde**

- Sí (1)
- No (2)
- No sé (3)

11. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Farmacias Cruz Verde**? (Debe seleccionar al menos dos)

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

12. Si trabajara para **Farmacias Cruz Verde**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

13. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Corporación Nacional del Cobre (CODELCO)**

- Sí (1)
- No (2)
- No sé (3)

14. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Corporación Nacional del Cobre (CODELCO)**? (Debe seleccionar al menos dos)

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)

- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

15. Si trabajara para **Corporación Nacional del Cobre (CODELCO)**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

16. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Fundación América Solidaria**

- Sí (1)
- No (2)
- No sé (3)

17. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Fundación América Solidaria**? (Debe seleccionar al menos dos)

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

18. Si trabajara para **Fundación América Solidaria**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

19. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **Falabella Retail**

- Sí (1)
- No (2)
- No sé (3)

20. ¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **Falabella Retail**? (Debe seleccionar al menos dos)

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

21. Si trabajara para **Falabella Retail**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

22. ¿Le gustaría trabajar en la siguiente empresa? **L'Oréal Chile**

- Sí (1)
- No (2)
- No sé (3)

¿Cuál(es) de los siguientes atributos identifica en la empresa mencionada anteriormente, **L'Oréal Chile**? (Debe seleccionar al menos dos)

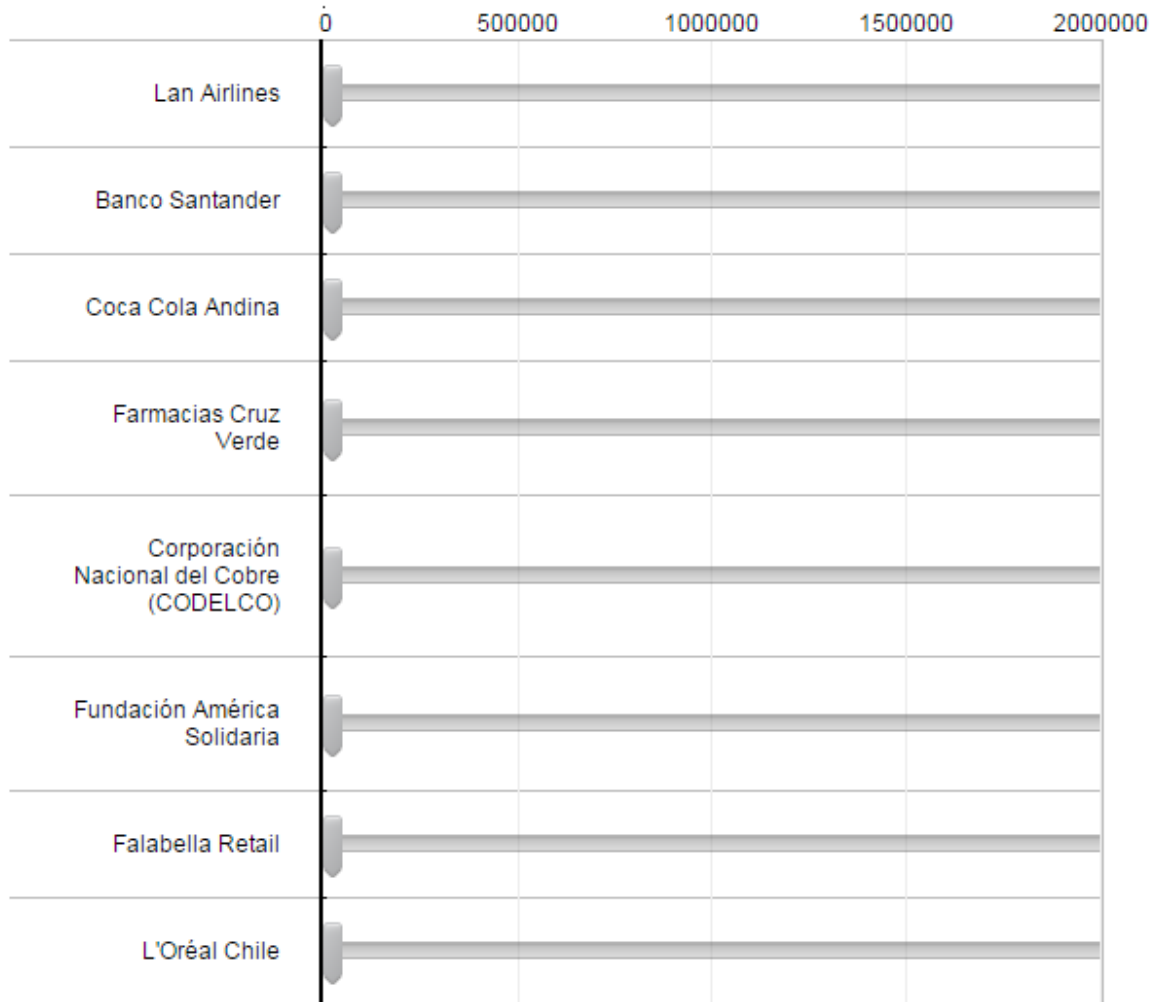
- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)
- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

23. Si trabajara para **L'Oréal Chile**, ¿Cuál(es) de los atributos que identificó anteriormente le atraería(n) más a usted personalmente?

- Orientación al beneficio económico (Ganancias) (0,1)
- Orientación al desarrollo del país (0,1)
- Orientación a la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente (0,1)
- Orientación a temas sociales (0,1)
- Orientación a la calidad del producto/servicio (0,1)
- Orientación al Cliente (0,1)

- Orientación a la innovación y al desarrollo tecnológico (0,1)

Le solicitamos a continuación que señale el **mínimo sueldo (líquido)** que estaría dispuesto a recibir para trabajar en cada una de las empresas. **No se pueden repetir los montos.**



Información general. No se le solicitará información personal.

24. Actualmente, usted se encuentra:

- Cursando último o penúltimo año de su carrera (1)
- Egresado(a) (2)
- Titulado(a) (3)

25. ¿Se encuentra actualmente **trabajando**, ejerciendo un cargo a fin a su carrera (Ingeniería Comercial)?

- Sí (1)
- No (2)

Responder siguiente si *¿Se encuentra usted actualmente trabajando, ejerciendo un cargo a fin a su carrera (Ingeniería Comercial)?* Es respondida con "Sí".

26. *¿Cuánto tiempo se demoró en encontrar trabajo? Entre:*

- 1 - 2 Meses (1)
- 3 - 4 Meses (2)
- 5 – 6 Meses (3)
- 7 – 8 Meses (4)
- Más de 8 Meses (5)

Responder siguiente si *¿Se encuentra usted actualmente trabajando, ejerciendo un cargo a fin a su carrera (Ingeniería Comercial)?* Es respondida con "No".

27. *¿Se encuentra usted actualmente **buscando trabajo**, para ejercer un cargo a fin a su carrera (Ingeniería Comercial)?*

- Sí (1)
- No (2)

Responder siguiente si *¿Se encuentra usted actualmente **buscando trabajo**, para ejercer un cargo a fin a su carrera (Ingeniería Comercial)?* Es respondida con "Sí".

28. *¿Cuánto tiempo lleva usted buscando trabajo? Entre:*

- 1 - 2 Meses (1)
- 3 - 4 Meses (2)
- 5 – 6 Meses (3)
- 7 – 8 Meses (4)
- Más de 8 Meses (5)

29. *¿Tiene usted estudios previos en el extranjero (Intercambio escolar, universitario, curso de idioma, etc.)*

- Sí (1)
- No (2)

30. *¿Qué nivel de inglés tiene usted?*

- Básico (1)
- Medio (2)
- Avanzado (3)

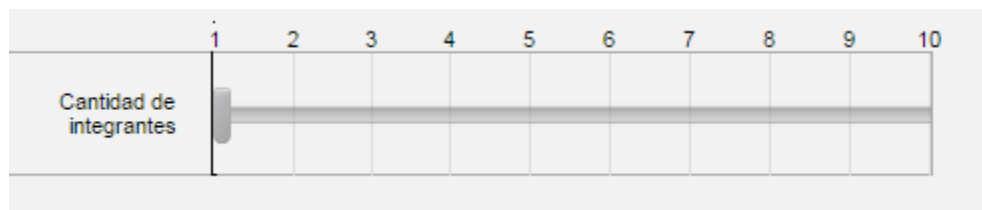
31. Estado Civil

- Soltero (1)
- Casado (2)
- Divorciado (3)
- Viudo (4)
- Conviviente (5)

32. ¿Tiene Hijos?

- Sí (1)
- No (2)

33. ¿Cuántas personas conforman su grupo familiar? (incluido usted)

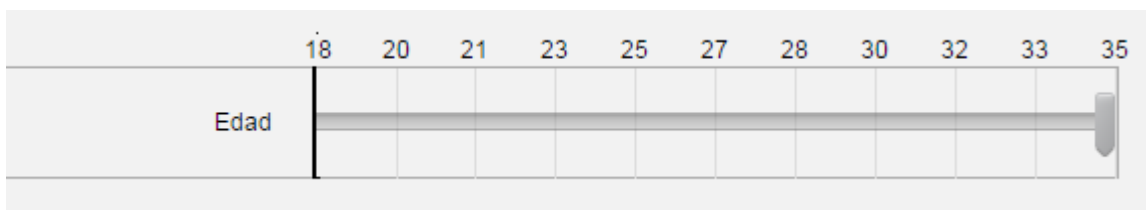


A horizontal slider control for selecting the number of family members. The scale ranges from 1 to 10. The label 'Cantidad de integrantes' is positioned to the left of the slider. The slider is currently set to the value 1.

34. Nivel de ingreso familiar

- \$225.000 - \$400.000 (1)
- \$400.001 - \$800.000 (2)
- \$800.001 - \$1.200.000 (3)
- \$1.200.001 - \$1.600.000 (4)
- \$1.600.001 - \$2.000.000 (5)
- \$2.000.001 - \$2.500.000 (6)
- Más de \$2.500.000 (7)

35. Seleccione su edad en el rango



A horizontal slider control for selecting age. The scale ranges from 18 to 35. The label 'Edad' is positioned to the left of the slider. The slider is currently set to the value 35.

36. Sexo

- Hombre (1)
- Mujer (2)

Anexo 7

Tabla 4: Regresión Modelo General al Total de la muestra

Source	SS	df	MS	Number of obs	672
Model	2,23E+17	11	2,03E+16	F(11,660)	16,0800
Residual	8,31E+17	660	1,26E+15	Prob > F	0,0000
Total	1,05E+18	671	1,57E+15	R-squared	0,2114
				Adj R-squared	0,1982
				Root MSE	3,50E+05

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	188544,80	34414,40	5,480	0,000	120969,90 256119,70
Desarrollo País	-6566,13	38873,80	-0,170	0,866	-82897,36 69765,09
Sustentabiliada y Medio Amb.	-13183,27	40349,39	-0,330	0,744	-92411,91 66045,37
Temas Sociales	-123201,70	40749,04	-3,020	0,003	-203215,10 -43188,36
Calidad	14588,58	29421,10	0,500	0,620	-43181,66 72358,82
Cliente	-24810,91	29302,48	-0,850	0,397	-82348,23 32726,40
Investigación y Desarrollo	45431,97	30049,25	1,510	0,131	-13571,68 104435,60
Posesión Título Profesional	-213698,40	35068,38	-6,090	0,000	-282557,40 -144839,30
Ingreso Familiar Per Cap.	0,39	0,07	5,610	0,000	0,26 0,53
Edad	56216,33	10590,36	5,310	0,000	35421,48 77011,18
Sexo	9340693,00	28696,07	0,330	0,745	-47005,91 65687,29
Constante	989294,20	54282,56	18,220	0,000	882706,90 1095882,00

Anexo 8

Tabla 5: Regresión Modelo General diferenciadas por sexo

Hombres

Source	SS	df	MS	Number of obs	304
Model	1,19E+17	10	1,19E+16	F(10,293)	9,5400
Residual	3,65E+17	293	1,25E+15	Prob > F)	0,000
Total	4,84E+17	303	1,60E+15	R-squared	0,2457
				Adj R-squared	0,2200
				Root MSE	350000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	161271,70	53723,34	3,000	0,003	55539,16 267004,30
Desarrollo País	5663,64	59367,78	0,100	0,924	-111177,70 122505,00
Sustentabiliada y Medio Amb.	22242,25	62697,66	0,350	0,723	-101152,60 145637,10
Temas Sociales	-153915,60	62805,13	-2,450	0,015	-277522,00 -30309,23
Calidad	26564,82	43583,08	0,610	0,543	-59210,76 112340,40
Cliente	-51511,97	42802,91	-1,200	0,230	-135752,10 32728,15
Investigación y Desarrollo	39310,10	45440,90	0,870	0,388	-50121,83 128742,00
Posesión Título Profesional	-55640,41	57670,14	-0,960	0,335	-169140,60 57859,82
Ingreso Familiar Per Cap.	0,50	0,08	6,400	0,000	0,35 0,65
Edad	20011,17	15162,84	1,320	0,188	-9830,71 49853,05
Constante	966353,00	72348,68	13,360	0,000	823964,10 1108742,00

Mujeres

Source	SS	df	MS	Number of obs	368
Model	1,38E+17	10	1,38E+16	F(10,357)	11,5800
Residual	4,26E+17	357	1,19E+15	Prob > F	0,0000
Total	5,64E+17	367	1,54E+15	R-squared	0,2449
				Adj R-squared	0,2237
				Root MSE	350000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	179009,60	44214,20	4,050	0,000	92056,53 265962,60
Desarrollo País	-27309,44	50610,36	-0,540	0,590	-126841,30 72222,47
Sustentabilidad y Medio Amb.	-58774,52	51655,74	-1,140	0,256	-160362,30 42813,28
Temas Sociales	-139747,50	52811,93	-2,650	0,009	-243609,10 -35885,95
Calidad	-11062,97	39072,09	-0,280	0,777	-87903,37 65777,43
Cliente	-30635,04	39758,63	-0,770	0,441	-108825,60 47555,53
Investigación y Desarrollo	36269,47	39528,33	0,920	0,359	-41468,18 114007,10
Posesión Título Profesional	-283147,80	44032,87	-6,430	0,000	-369744,20 -196551,40
Ingreso Familiar Per Cap.	-0,33	0,20	-1,640	0,102	-0,73 0,07
Edad	77540,50	14990,32	5,170	0,000	48060,06 107020,90
Constante	1242208,00	86518,30	14,360	0,000	1072059,00 1412358,00

Anexo 9

Tabla 6: Modelo simplificado para Sexo Masculino

Source	SS	df	MS	Number of obs	304
Model	1,13E+17	3	3,75E+16	F(3, 300)	30,3
Residual	3,72E+17	300	1,24E+15	Prob > F	0
Total	4,84E+17	303	1,60E+15	R-squared	0,2325
				Adj R-squared	0,2248
				Root MSE	350000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	164.956,90	50.046,32	3,3	0,001	66.470,64 263.443,20
Temas Sociales	-145.616,80	56.221,69	-2,59	0,010	-256.255,70 -34.977,99
Ingreso Familiar Per Cápita	0,52	0,07	7,33	0,000	0,38 0,66
Constante	963.552,90	50.657,74	19,02	0,000	863.863,40 1.063.242,00

Anexo 10

Tabla 8: Regresión Modelo simplificado para Sexo Femenino

Source	SS	df	MS	Number of obs	368
Model	1,35E+17	5	2,69E+16	Prob > F	0
Residual	4,29E+17	362	1,19E+15	R-squared	0,239
Total	5,64E+17	367	1,54E+15	Adj R-squared	2,29E-01
				Root MSE	3,40E+05

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Beneficio Económico	191.185,60	41.996,58	4,55	0,000	108.597,70	273.773,50
Temas Sociales	-158.539,60	47.167,93	-3,36	0,001	-251.297,20	-65.782,09
Posesión Título Profesional	-278.596,50	43.146,04	-6,46	0,000	-363.444,90	-193.748,10
Ingreso Familiar Per Cápita	-0,31	0,20	-1,56	0,120	-0,70	0,08
Edad	76.212,82	14.788,16	5,15	0,000	47.131,33	105.294,30
Constante	1.207.842,00	68.089,90	17,74	0,000	1.073.940,00	1.341.743,00

Anexo 11

Tabla 10: Regresión Modelo General de los encuestados Buscando Trabajo

Source	SS	df	MS	Number of obs	160
Model	7,35E+16	12	6,12E+15	F(12,147)	6,5600
Residual	1,37E+17	147	9,34E+14	Prob>F	0,0000
Total	2,11E+17	159	1,33E+15	R-squared	0,3486
				Adj R-squared	0,2954
				Root MSE	3,10E+05

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
Beneficio Económico	56294,67	60331,79	0,930	0,352	-62935,03	175524,40
Desarrollo País	-119317,10	81173,56	-1,470	0,144	-279735,00	41100,76
Sustentabilidad y Medio Amb.	10764,69	70751,69	0,150	0,879	-129057,20	150586,50
Temas Sociales	-186717,10	75341,96	-2,480	0,014	-335610,40	-37823,79
Calidad	-90859,71	61678,79	-1,470	0,143	-212751,40	31031,97
Cliente	-26875,88	57880,42	-0,460	0,643	-141261,10	87509,34
Investigación y Desarrollo	17532,36	55968,59	0,310	0,755	-93074,64	128139,40
Posesión Título Profesional	-294773,30	70669,55	-4,170	0,000	-434432,80	-155113,70
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,09	0,24	-4,580	0,000	-1,56	-0,62
Edad	20508,01	18358,44	1,120	0,266	-15772,55	56788,56
Sexo	-199345,00	56467,44	-3,530	0,001	-310937,80	-87752,15
Tiempo Buscando Trabajo	99597,00	74779,50	1,330	0,185	-48184,75	247378,70
Constante	1530695,00	154573,00	9,900	0,000	1225223,00	1836167,00

Anexo 12

Tabla 11: Regresión Modelo General de los encuestados Buscando trabajo diferenciado por Sexo

Hombres

Source	SS	df	MS	Number of obs	
Model	1,58E+16	11	1,43E+15	F(11,44)	2,4500
Residual	2,58E+16	44	5,85E+14	Prob > F	0,0175
Total	4,15E+16	55	7,55E+14	R-squared	0,3797
				Adj R-squared	0,2247
				Root MSE	240000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	151067,90	95657,37	1,580	0,121	-41716,89 343852,60
Desarrollo País	-60176,83	166904,30	-0,360	0,720	-396550,40 276196,70
Sustentabilidad y Medio Amb.	182854,10	120343,40	1,520	0,136	-59682,16 425390,30
Temas Sociales	-38262,22	152315,30	-0,250	0,803	-345233,60 268709,20
Calidad	47975,53	96233,88	0,500	0,621	-145971,10 241922,20
Cliente	32991,53	81196,02	0,410	0,686	-130648,30 196631,40
Investigación y Desarrollo	120292,40	78988,06	1,520	0,135	-38897,63 279482,30
Posesión Título Profesional	-621035,90	291501,40	-2,130	0,039	-1208518,00 -33553,30
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,90	0,76	-2,480	0,017	-3,43 -0,36
Edad	-20371,08	25331,72	-0,800	0,426	-71423,80 30681,64
Tiempo Buscando Trabajo	317919,60	236904,80	1,340	0,186	-159530,70 795369,90
Constante	1395523,00	175758,10	7,940	0,000	1041306,00 1749740,00

Mujeres

Source	SS	df	MS	Number of obs	
Model	6,34E+16	11	5,76E+15	F(11,92)	5,9300
Residual	8,93E+16	92	9,71E+14	Prob > F	0,0000
Total	1,53E+17	103	1,48E+15	R-squared	0,4150
				Adj R-squared	0,3451
				Root MSE	310000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	-19558,79	78162,26	-0,250	0,803	-174795,80 135678,20
Desarrollo País	-116491,90	96525,27	-1,210	0,231	-308199,40 75215,61
Sustentabilidad y Medio Amb.	-49613,99	84885,90	-0,580	0,560	-218204,70 118976,70
Temas Sociales	-336326,00	91192,62	-3,690	0,000	-517442,50 -155209,60
Calidad	-136366,30	77050,82	-1,770	0,080	-289395,80 16663,30
Cliente	-21691,52	77021,68	-0,280	0,779	-174663,20 131280,20
Investigación y Desarrollo	-73958,71	71943,26	-1,030	0,307	-216844,20 68926,81
Posesión Título Profesional	-261969,90	91062,48	-2,880	0,005	-442827,90 -81112,00
Ingreso Familiar Per Cap.	-1,49	0,36	-4,140	0,000	-2,21 -0,78
Edad	69046,64	25062,56	2,750	0,007	19270,24 118823,00
Tiempo Buscando Trabajo	74128,63	90883,12	0,820	0,417	-106373,10 254630,30
Constante	1542150,00	214773,80	7,180	0,000	1115591,00 1968709,00

Anexo 13

Tabla 12: Regresión Modelo Simplificado para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Masculino

Source	SS	df	MS	Number of obs	56
Model	1,28E+16	5	2,57E+15	F(5, 50)	4,47
Residual	2,87E+16	50	5,74E+14	Prob > F	0,0019
Total	4,15E+16	55	7,55E+14	R-squared	0,3091
				Adj R-squared	0,24
				Root MSE	240000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Beneficio Económico	207.512,20	72.665,51	2,86	0,006	61.559,23	353.465,20
Investigación y Desarrollo	165.991,40	71.829,35	2,31	0,025	21.717,96	310.264,90
Posesión Título Profesional	-636.855,50	234.290,20	-2,72	0,009	-1.107.441,00	-166.269,80
Ingreso Familiar Per Cápita	-1,87	0,69	-2,72	0,009	-3,26	-0,49
Tiempo buscando trabajo	292.110,20	212.093,20	1,38	0,175	-133.891,50	718.112,00
Constante	1.389.941,00	147.406,10	9,43	0,000	1.093.867,00	1.686.015,00

Anexo 14

Tabla 14: Regresión Modelo Simplificado para encuestados Buscando Trabajo para Sexo Femenino

Source	SS	df	MS	Number of obs	104
Model	6,02E+16	6	1,00E+16	F(6, 97)	10,51
Residual	9,26E+16	97	9,54E+14	Prob > F	0
Total	1,53E+17	103	1,48E+15	R-squared	0,3939
				Adj R-squared	0,3564
				Root MSE	310000

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Temas Sociales	-337.798,40	80.513,58	-4,20	0,000	-497.595,60	-178.001,20
Calidad	-88.128,49	64.389,50	-1,37	0,174	-215.923,80	39.666,84
Posesión Título Profesional	-259.770,60	85.739,96	-3,03	0,003	-429.940,70	-89.600,52
Ingreso Familiar Per Cápita	-1,44	0,32	-4,50	0,000	-2,08	-0,81
Edad	72.362,02	24.521,86	2,95	0,004	23.692,92	121.031,10
Tiempo buscando trabajo	120.276,80	84.655,62	1,42	0,159	-47.741,16	288.294,80
Constante	1.357.923,00	133.687,10	10,16	0,000	1.092.591,00	1.623.255,00

Anexo 15

Tabla 16: Regresión Modelo General diferenciado para los que Buscan y No Buscando Trabajo

No Buscando Trabajo

Source	SS	df	MS	Number of obs	512
Model	1,84E+17	11	1,67E+16	F(11,500)	14.06
Residual	5,93E+17	500	1,19E+15	Prob > F	0.0000
Total	7,77E+17	511	1,52E+15	R-squared	0.2363
				Adj R-squared	0.2195
				Root MSE	3.4e+05

Mínimo Sueldo	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]
Beneficio Económico	193848,60	39025,73	4,970	0,000	117173,90 270523,20
Desarrollo País	12913,53	42204,66	0,310	0,760	-70006,81 95833,87
Sustentabiliada y Medio Amb.	-27371,72	45250,82	-0,600	0,546	-116276,90 61533,46
Temas Sociales	-141606,10	45210,37	-3,130	0,002	-230431,80 -52780,40
Calidad	19034,16	32161,61	0,590	0,554	-44154,39 82222,70
Cliente	-36858,85	32463,59	-1,140	0,257	-100640,70 26923,00
Investigación y Desarrollo	45220,89	33471,35	1,350	0,177	-20540,93 110982,70
Posesión Título Profesional	-89053,38	42625,90	-2,090	0,037	-172801,30 -5305431,00
Ingreso Familiar Per Cap.	0,36	0,08	4,700	0,000	0,21 0,51
Edad	64383,80	12473,95	5,160	0,000	39875,98 88891,61
Sexo	65818,70	31490,44	2,090	0,037	3948808,00 127688,60
Tiempo Buscando Trabajo	(omitted)				
Constante	984423,20	58811,21	16,740	0,000	868875,60 1099971,00