

CONSTRUCCION MOTIVACIONAL DEL CRECIMIENTO PSICOLOGICO: ANALISIS CAUSAL

Oswaldo Romero García,
Colombia Salom de Bustamante
Universidad de los Andes y
ROGYA, C. A.

Resumen

Este estudio estuvo dirigido a evaluar el modelo motivacional del Crecimiento Psicológico propuesto por Romero García (1991). Usando la técnica del análisis de paso se pusieron a prueba algunas proposiciones centrales del modelo. Ellas fueron que la Motivación al Logro tiene: (a) un efecto directo y significativo sobre el Crecimiento; (b) un efecto indirecto y significativo a través de las motivaciones de Poder y Afiliación. En dos muestras distintas (estudiantes de medicina y médicos cursantes de diferentes postgrados) se encontró el efecto directo de la Motivación al Logro sobre el Crecimiento y el efecto indirecto del Poder Positivo, medido en términos de Fortaleza Interior y Autocontrol, ambos indicadores de la dimensión interior del Poder. Los indicadores de Afiliación Positiva utilizados, que fueron la Autoestima (dimensión interior) y la Capacidad de Compartir (dimensión exterior), no tuvieron un aporte significativo al Crecimiento. En las dos muestras la Motivación de Afiliación fue descartada de los análisis. Los resultados son interpretados como proporcionando apoyo al modelo teórico, aunque el posible aporte de la Afiliación al Crecimiento queda por ser demostrado. Finalmente, se comenta la importancia de la Motivación al Logro para el Crecimiento personal y social.

Summary

This study had the purpose of assessing the motivational model of psychological growth developed by Romero García (1991). By means of stepwise analysis were tested several main propositions of the model: a) a direct and significant effect on growth; b) an indirect and significant effect through power and affiliation motives. In two different samples (medical students and medical doctors) the direct effect of achievement motivation was evidenced. In the two samples the analysis of affiliation motivation was excluded. Results are seen as providing support to the theoretical model, although the possible contribution of affiliation to growth remains to be explored.

El Modelo de Crecimiento Psicológico

Nuestro modelo (Romero García, 1991) parte de las siguientes premisas:

(a) El Crecimiento es determinado por las motivaciones sociales presentes en la sociedad.

(b) Las motivaciones preponderantes en Venezuela son tres: el Poder, la Afiliación y el Logro, en ese orden.

(c) De esas tres motivaciones, el Logro es la motivación que afecta **directamente** al Crecimiento Psicológico y lo determina en mayor grado que las otras dos.

(d) El incremento de la Motivación al Logro afecta positivamente a las otras motivaciones (Poder y Afiliación), las cuales, a su vez, afectan al Crecimiento. Este es un efecto **indirecto** del Logro sobre el Crecimiento a través del Poder y la Afiliación positivos.

Las Definiciones

Las definiciones presentadas a continuación son tomadas de Romero García (1991). El Crecimiento Psicológico es un "proceso a través del cual la persona genera construcciones integradoras cada vez más complejas sobre su realidad interior (individual) y exterior (social) que le significan cambios positivos como ser humano" (p. 15). La Motivación de Logro es una "red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el desarrollo personal, implicando un uso exigente de capacidades y destrezas para beneficio personal y colectivo" (p. 41). La Motivación de Poder es una "red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el control de nuestra propia conducta y la conducta de los demás" (p. 50). La Motiva-

ción de Afiliación es definida como una "red de conexiones cognitivo-afectivas relacionadas con el sentirnos bien con nosotros mismos y los demás" (p. 46). Estas definiciones son explicadas en Romero García (1991).

Explicación de las Premisas

Asumimos que el Crecimiento Psicológico es alimentado por las motivaciones sociales presentes en una cultura determinada. En nuestro modelo (Romero García, 1991) las motivaciones son causas del Crecimiento. Y, por supuesto, las motivaciones más frecuentes afectan al Crecimiento en mayor medida que las menos frecuentes. Pero, además, todas las motivaciones sociales tienen aspectos positivos y negativos para el Crecimiento.

Cuando prevalecen las expresiones negativas, el Crecimiento es impedido y las personas son condenadas a vivir a niveles relativamente bajos de humanidad. Ocurre en Venezuela que el Poder Negativo (explotador) prevalece en la sociedad mayor, como ha sido documentado por diferentes autores (McClelland, 1974; Salom de Bustamante, Morales de Romero, y Romero García, 1984). La cultura venezolana entrena eficientemente a sus portadores para buscar sus metas a través del uso de otras personas. Por supuesto, este Poder Negativo en nada favorece al Crecimiento. La gente alcanza cargos, salarios e incluso honores parcial o totalmente divorciados de sus capacidades y esfuerzos. Esto es fatal para el desarrollo de las potencialidades. Pero el Poder Positivo, expresado como Fortaleza Interior y Autocontrol (dimensión interior), o como Asertividad o Poder Socializado (dimensión exterior) debe cumplir y cumple una función positiva para el

Crecimiento Psicológico. Lamentablemente, estas variedades de la Motivación de Poder no son estimuladas por nuestra cultura y, por lo tanto, ellas tienen un impacto mayor sobre el Crecimiento.

La Motivación de Afiliación, aparentemente, no tienen efectos directos sobre el Crecimiento, no por lo menos en sus versiones de pasión obnubilada y sentimientos enfermizos o autodestructivos. Aún en sus aspectos interiores como Autoestima, o en su expresión exterior como Capacidad de Compartir, ella no parece tener un efecto directo sobre el Crecimiento. De todos modos, se justifica su estudio y la búsqueda de indicadores capaces de reflejar su impacto positivo sobre el desarrollo personal.

El Logro como motivación para el Crecimiento Psicológico. ¿Por qué el Logro es la motivación para el Crecimiento? Para que la persona crezca psicológicamente debe desarrollar sus potencialidades. Ese es el dominio del Logro. Esto no es lo que exige nuestra cultura mayor, pero es lo que debemos hacer si deseamos desarrollarnos como individuos y como nación: El patrón predominante en Venezuela es el propio de los países subdesarrollados. En las naciones industrializadas la motivación preponderante es el Logro (McClelland & Winter, 1971).

El ser humano es ante todo individuo, esto es, persona diferenciada, única. Tratarlo como si fuera masa, igualarlo al promedio por mandato político autoritario, sólo consigue reprimir temporalmente el espíritu de creación y libertad. Tratar al ser humano como masa es degradarlo, y tarde o temprano se rebelará. Esa rebelión es un requerimiento de la especie de animales superiores co-

nocida como homo sapiens. Es un mandato de las potencialidades del ser humano, de la inteligencia, la creatividad, la justicia y la vida misma, porque las formas superiores de la existencia humana requieren de más y mayor inteligencia y creatividad para desarrollarse. Matar la inteligencia y la creatividad atenta a largo plazo contra la vida misma de nuestra especie.

La Motivación al Logro es una forma superior de energización porque exige a cada persona hacer uso de sus potencialidades. Ella impulsa la creación artística y el descubrimiento y la invención científica. Es la responsable de las grandes aplicaciones tecnológicas. Es la que lleva a asumir los retos inmensos de las macroindustrias y de las macroorganizaciones, en general, que exigen metas y funciones definidas, planificación de actividades al detalle, y concentración en los resultados para que toda la colmena humana que la constituyen funcione de manera armónica y productiva.

Por todas estas razones, el Logro es la motivación para el desarrollo personal y social. Por eso mantenemos que el Logro es el principal nutriente del Crecimiento Psicológico. Sin desarrollo de las capacidades y habilidades, no es concebible el Crecimiento Psicológico. Por eso los países desarrollados, a través de sus sistemas educativos, han cultivado en su gente la Motivación al Logro y la correlativa exigencia de desarrollo personal (Crecimiento Psicológico). Y también enseñan el conjunto de valores asociados a la Motivación al Logro: la responsabilidad, la persistencia, el amor al trabajo, el valor del éxito.

Efecto directo e indirecto del Logro sobre el Crecimiento. Pero los

efectos de la Motivación al Logro no son solamente directo, esto es, derivados de la Experticia, Eficiencia y Excelencia en que se traduce el Logro. Los incrementos en Motivación al Logro afectan positivamente al Poder y a la Afiliación. Una persona puede obtener un doctorado y saberse entonces más experto y eficiente (Logro Interior); en consecuencia, puede sentirse más fuerte interiormente, incrementando su Fortaleza (Poder Interior), y más satisfecho consigo mismo, aumentando su Autoestima (Afiliación Interior). Todos estos cambios positivos tienen un efecto favorable para el Crecimiento de la persona. Cuando esto ocurre, decimos que el Logro tiene un efecto **directo** sobre el Crecimiento (ganancia en Experticia, Comprensión, Sabiduría) y también un efecto **indirecto** sobre el Crecimiento a través del Poder Interior y la Afiliación Interior. Teóricamente, la persona obtuvo ganancias en Logro que produjeron crecimientos directamente. Estas ganancias en Logro produjeron también ganancias en Poder y Afiliación, las cuales, a su vez, produjeron más Crecimiento. El Poder y la Afiliación no afectan el Crecimiento directamente, sino como resultados de cambios favorables previamente ocurridos en la Motivación al Logro. Todo lo planteado hasta aquí son conjeturas teóricas, las proposiciones del modelo motivacional del Crecimiento.

Pero es más interesante todavía conocer que recientemente se han obtenido evidencias empíricas que apoyan el modelo de la construcción motivacional del Crecimiento. Eljuri Febres y Salom de Bustamante (1992) encontraron que de las tres motivaciones sociales, la Motivación de Logro es la que tiene un aporte mayor en la explicación de la varianza en

Crecimiento. En segundo lugar surgió el Poder Positivo. La Motivación de Afiliación no tuvo un aporte significativo. Este es un apoyo directo a la primera premisa planteada en este estudio.

Salom de Bustamante y Romero García (1992) encontraron, en una muestra de trabajadores, que la Motivación al Logro tiene un efecto directo sobre el Crecimiento y un efecto indirecto a través de la motivación de Poder Positivo, medido como Fortaleza Interior (Poder Interior) y Asertividad (Poder Exterior). En este último reporte, otra variable que medió el efecto del Logro sobre el Crecimiento fue el manejo eficiente del estrés.

El presente estudio está dirigido a mostrar apoyo empírico a los planteamientos teóricos. Hipotetizamos así que el Motivo de Logro tendrá: (a) un efecto directo sobre el Crecimiento; y (b) un efecto indirecto a través del Poder Positivo. En conocimiento de los resultados de Eljuri Febres y Salom de Bustamante, optamos por no hipotetizar respecto a la Motivación Afiliativa, aunque fue inicialmente incluida en el análisis de los datos. En conocimiento del trabajo de Salom de Bustamante y Romero García (1992) y de la naturaleza de las muestras utilizadas (estudiantes de medicina y médicos), incluimos otro indicador de Poder Positivo: el Autocontrol.

METODO

Sujetos y Procedimiento

En este estudio participaron dos muestras de estudiantes. La primera estuvo constituida por 88 estudiantes del primer año de medicina, con una edad promedio de 19.3 años ($s=1.5$). El 44.3% ($n=39$) era del sexo masculino y el 55.7% ($n=49$) era de sexo femenino.

La segunda muestra estuvo conformada por 61 médicos residentes inscritos en diferentes programas de post-grado, con una edad promedio de 30.6 años ($s= 2.9$). El 37.7% ($n= 23$) del sexo masculino y 62.3% ($n= 38$) del sexo femenino.

Para medir las variables del estudio los instrumentos fueron administrados en salones de clase, a grupos de 15-20 personas, y por examinadores debidamente entrenados.

Instrumentos

Subescala de Logro del Inventario MOSAL (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Mide la Motivación al Logro Interior. Está conformada por tres subescalas que miden los componentes de Experticia (12 ítemes), Eficiencia (9 ítemes) y Excelencia (15 ítemes). Todos los ítemes (36) están fraseados en formato tipo Likert de 6 puntos, variando de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). La confiabilidad es de .80 (Spearman-Brown) y .74 (Cronbach). Presenta indicadores de validez convergente (con Internalidad .31) y discriminante (con Creencias Inhibidoras de Logro-.26).

Subescala de Fortaleza Interior del Inventario MOCRE (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Consta de 18 ítemes escritos en formato Likert de seis puntos que van de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). Los puntajes van de 18 hasta 108. Los índices de confiabilidad determinados mediante los métodos Spearman-Brown y Cronbach son .72 y .65, respectivamente. La correlación entre Fortaleza y Asertividad (.48) se presenta como prueba de validez concurrente.

Subescala de Autocontrol del Inventario MOCRE (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Consta

de 10 ítemes escritos en formato Likert de seis puntos que van de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). Los puntajes van de 10 hasta 60. Los índices de confiabilidad determinados mediante los métodos Spearman-Brown y Cronbach son .81 y .77 respectivamente. La Correlación entre Autocontrol y Asertividad (.50) se presenta como prueba de validez concurrente.

Subescala Autoestima del Inventario MOCRE (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Conformada por una dimensión que mide autoestima (12 ítemes). Todos los ítemes están fraseados en formato tipo Likert de 6 puntos variando de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). Los índices de confiabilidad determinados mediante los métodos Spearman-Brown y Cronbach son .67 y .61, respectivamente. La correlación entre Autoestima y Capacidad de Compartir ($r=.61$) se presenta como prueba de validez concurrente.

Subescala Capacidad de Compartir del Inventario MOCRE (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Consta de 10 ítemes fraseados en formato tipo Likert de 6 puntos, variando de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). Los índices de confiabilidad determinados mediante los métodos Spearman-Brown y Cronbach son .67 y .58, respectivamente. Su correlación con Autoestima ($r=.61$) ya ha sido presentada como prueba de validez concurrente.

Inventario CRECO (Romero García y Salom de Bustamante, 1992). Mide el Crecimiento Psicológico. Está conformado por cuatro subescalas de cinco ítemes cada una, para un total de 20 ítemes. Ellas miden manejo positivo del fracaso, manejo de la incertidumbre, apertura al cambio y flexibilidad. Todos los ítemes están

fraseados en formato tipo Likert de 6 puntos, variando de completo desacuerdo (1) a completo acuerdo (6). Los puntajes van de 20 hasta 120. Los índices de confiabilidad determinados mediante los métodos Spearman-Brown y Cronbach son .64 y .62, respectivamente. La correlación entre CRECO y Logro (.47) se presenta como prueba de validez concurrente.

VARIABLES

Como se utilizó el análisis de pasos para el tratamiento de los datos, la variable exógena fue Motivación de Logro Interior y las variables endógenas fueron Motivación de Poder Positivo (Autocontrol, Fortaleza), Motivación de Afiliación Positiva (Autoestima y Capacidad de compartir) y Crecimiento Psicológico. Todas ellas definidas operacionalmente por el puntaje obtenido en las escalas respectivas.

DISEÑO Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El modelo teórico de Crecimiento postula que una variable (Motivación al Logro) es la determinante principal del Crecimiento, mediante el efecto directo de sus propios componentes (Experticia, Eficiencia, Excelencia) y del efecto indirecto a través de componentes del Poder Positivo (Fortaleza Interior y Autocontrol) y de la Afiliación Positiva (Autoestima, Capacidad de Compartir). Siendo esto así, la técnica estadística más indicada para analizar los datos es el Análisis de Pasos (Path Analysis). Esta técnica permite determinar la porción de la correlación entre dos variables que es debida al efecto directo de una causa y la porción debida al efecto indirecto.

Se procedió primero a calcular las correlaciones de orden cero entre

todas las variables. Posteriormente, se realizó un análisis de regresión múltiple ($R_{1,234}$) a fin de calcular los coeficientes de regresión estandarizados que se corresponden con los coeficientes de paso necesarios para el análisis. Estos coeficientes de paso cuantifican los Efectos Directos (ED). Mediante la regresión $R_{1,234}$ se obtuvieron los siguientes coeficientes de paso: de Motivación de Logro a Crecimiento (p_{41}), de Fortaleza a Crecimiento (p_{42}) y de Autocontrol a Crecimiento (p_{43}). El coeficiente de paso (p_{21}) de M Logro a Fortaleza y el coeficiente de paso (p_{31}) de Motivación de Logro a Autocontrol son equivalentes a la correlación de orden cero entre dichas variables (r_{12} y r_{13}).

El Efecto Indirecto (EI) se cuantifica por el producto de los sucesivos coeficientes de paso, e indica el efecto de una variable sobre otra mediada por una o más variables. En este modelo el efecto indirecto se determinó mediante la suma de los productos de los coeficientes de paso responsables de dicho efecto ($p_{31}p_{43} + p_{21}p_{43}$). Ello indica el efecto de la primera variable sobre la cuarta, mediada por la segunda y tercera variables en la secuencia. En el diagrama cada variable va acompañada de su respectivo número.

RESULTADOS

MUESTRA 1: ESTUDIANTES

Correlación entre las Variables

Reportamos, en primer lugar, las correlaciones entre las variables del modelo: Motivación de Logro (M Logro), Fortaleza Interior, Autocontrol y Crecimiento Psicológico. Todas las asociaciones resultaron en la dirección esperada y con un nivel significativo a .01. La Tabla 1 contiene todos

los coeficientes de correlación de interés para los siguientes análisis.

	(1)	(2)	(3)	(4)
M Logro (1)	1			
Fortaleza (2)	.55	1		
Autocontrol (3)	.55	.58	1	
Crecimiento (4)	.60	.56	.56	1

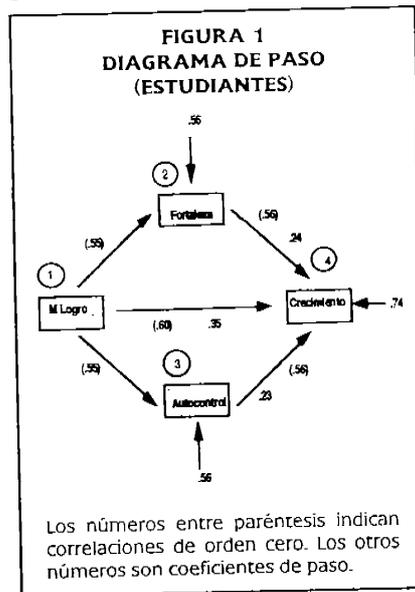
A partir de estos datos se realizó el análisis de pasos para la puesta a prueba de las hipótesis.

Efectos Directo e Indirecto del Motivo de Logro sobre el Crecimiento

De las cinco variables incluidas en el modelo sólo tres entraron en la ecuación de regresión múltiple (Logro Interior y los dos componentes

de Poder Interior: Fortaleza y Autocontrol), explicando en conjunto el 45% de la varianza en Crecimiento Psicológico, $F(3.87) = 24.97$, $p < .0001$. Las dos variables restantes representaban a los componentes de la Motivación de Afiliación (Autoestima y Capacidad de Compartir). Ninguna de ellas entró en la ecuación y por lo tanto fueron descartadas de los análisis. Los resultados del modelo causal hipotetizado que vincula las cuatro variables del estudio, es mostrado en la Figura 1.

Tal como lo establecía el modelo, se encontró un efecto directo de la Motivación de Logro sobre el Crecimiento, expresado mediante el coeficiente de paso $p_{41} = .35$, $p < .001$. Igualmente, los resultados reflejan el Efecto Indirecto (EI) de la Motivación de Logro sobre el Crecimiento mediado por la Fortaleza Interior y el Autocontrol. Esto es, $EI = (.55)(.24) + (.55)(.23)$, $EI = .25$, el cual también resultó significativo. En la Tabla 2 se resume apropiadamente toda esta información.



Variable dependiente	Variable predictora	Efecto directo	Efecto indirecto	Efecto no causal
Crecimiento	Logro	.35	.25	.00
	Fortal	.24		
	Autoc	.23		

La correlación de la Motivación al Logro con el Crecimiento se produce mediante los efectos directo e indirecto, esto es $.35 + .25 = .60$. Ya que no hay diferencia entre la correlación original ($r = .60$) y la reproducida ($r = .60$), se puede concluir que el modelo se ajusta a los datos.

Los efectos directos e indirectos del Motivo de Logro sobre el Crecimiento, también fueron calculados en términos de varianza explicada. Los resultados señalan que el 45% de varianza explicada por los tres predictores de Crecimiento, la Motivación al Logro explica un 26% y el restante 19% es explicado por el efecto combinado de Fortaleza y Autocontrol.

MUESTRA 2: MEDICOS

Correlación entre las Variables

Las correlaciones correspondientes a la muestra de médicos son reportadas en la Tabla 3. Se incluyeron las variables del modelo: Motivo de Logro (M Logro), Fortaleza, Autocontrol y Crecimiento. Todas las asociaciones resultaron en la dirección esperada y con un nivel significativo a .01.

TABLA 3
COEFICIENTE DE CORRELACION
ENTRE LAS VARIABLES

	(1)	(2)	(3)	(4)
M Logro (1)	1			
Fortaleza (2)	.42	1		
Autocontrol (3)	.52	.47	1	
Crecimiento (4)	.63	.53	.57	1

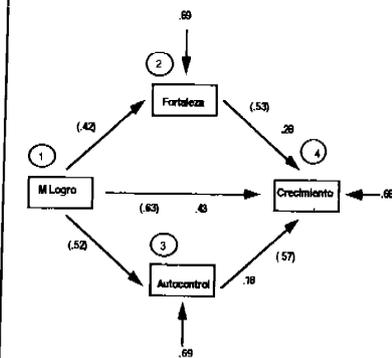
A partir de estos datos se realizó el análisis de pasos para la puesta a prueba de las hipótesis.

Nuevamente, de las cinco variables incluidas en el modelo sólo tres entraron en la ecuación, las mismas reportadas para la muestra 1. Ellas fueron Logro Interior y los dos componentes de Poder Interior: Autocontrol y Fortaleza, explicando en conjunto el 49% de la varianza en Crecimiento Psicológico, $F(3,60) = 20.59$, $p < .0001$. Con respecto a la

Motivación Afiliativa, se repitió lo ocurrido en la primera muestra: sus indicadores no entraron en la ecuación y fueron descartados.

Los resultados del modelo causal hipotetizado, vinculando las cuatro variables que permanecieron bajo estudio se muestran en la Figura 2.

FIGURA 2
DIAGRAMA DE PASO (MEDICOS)



Los números entre paréntesis indican correlaciones de orden cero. Los otros números son coeficientes de paso.

Tal como lo establecía el modelo, se encontró un efecto directo de la Motivación de Logro sobre el Crecimiento, expresado mediante el coeficiente de paso $p_{41} = .43$, $p < .001$. De igual forma, los resultados reflejan el Efecto Indirecto (EI) del Motivo de Logro sobre el Crecimiento mediado por la Fortaleza Interior y el Autocontrol. Esto es, $EI = (.42)(.28) + (.52)(.16)$, $EI = .20$, también significativo. En la Tabla 4 se resume la información obtenida en el análisis de paso.

La correlación de M Logro con Crecimiento se reproduce mediante la suma de los efectos directo e

TABLA 4
COEFICIENTES DE PASO DE LOS
EFFECTOS HIPOTETIZADOS
EN EL MODELO

Variable dependiente	Variable predictora	Efecto directo	Efecto indirecto	Efecto no causal
Crecimiento	Logro	.43	.20	.00
	Fortal.	.28		
	Autoc.	.16		

indirecto; esto es $.43 + .20 = .63$. Ya que no hay diferencia entre la correlación original ($r = .63$) y la correlación reproducida ($r = .63$), se puede concluir que el modelo se ajusta a los datos.

Los efectos directos e indirectos del Motivo de Logro sobre el Crecimiento también fueron calculados en términos de varianza explicada. Los resultados señalan que el 47% de varianza explicada por los tres predictores de Crecimiento, el 32% es explicado por la Motivación al Logro y el restante 15% por el efecto combinado de la Fortaleza y el Autocontrol.

DISCUSION

Los datos analizados ofrecen apoyo al modelo teórico de diferentes maneras.

(a) La Motivación al Logro tiene un efecto directo sobre el Crecimiento, tal como se había hipotetizado. Este efecto es encontrado en otro trabajo paralelo, con una muestra totalmente distinta, constituida por trabajadores de una industria manufacturera de productos químicos. Salom de Bustamante y Romero García (1992) reportaron que los efectos de la Motivación al Logro sobre el Crecimiento eran significativos, tanto el directo (.28) como indirecto (.21). Los efectos hallados en el presente estudio son

aún más fuertes, ocurriendo en los médicos (muestra 2) el efecto directo más potente. En los estudiantes universitarios fue de .35, pero en los médicos residentes el efecto directo del Motivo de Logro sobre el Crecimiento fue de .43. Este último duplicó el encontrado para los obreros industriales. Independientemente de la intensidad del efecto, debe subrayarse que en las tres muestras, el Logro mostró un efecto directo significativo.

(b) Si se analiza el efecto indirecto, se nota que en las muestras de estudiantes de medicina fue de .25, mientras que en los médicos fue de .20. Pero en ambos casos la Motivación de Logro fue mediada por dos componentes de Poder Positivo: la Fortaleza Interior y el Autocontrol. El mensaje es claro. La Motivación de Poder (Fortaleza Interior y el Autocontrol) es afectada favorablemente por la Motivación al Logro, y una vez afectada ella también ejerce un influjo estimulador del Crecimiento. El efecto de la Fortaleza Interior es validado por el hallazgo de Salom de Bustamante y Romero García (1992) en el mismo sentido. Sin embargo, en el estudio de esos autores la Asertividad sustituyó al Autocontrol, como indicador de Poder Positivo, con un aporte significativo al Crecimiento. Pero hay más todavía. En el estudio de Eljuri y Salom de Bustamante, la Fortaleza Interior entró de tercera en la ecuación de regresión, explicando un 4% de la varianza en Crecimiento.

(c) Los dos hallazgos anteriores permiten afirmar que existe un efecto directo de la Motivación al Logro sobre el Crecimiento, y otro efecto indirecto mediado por indicadores de Poder Positivo: Fortaleza Interior y Autocontrol para estudiantes de medicina y médicos; Fortaleza Interior y

Asertividad para la muestra de Salom de Bustamante y Romero García (1992). La Fortaleza Interior aparece así como la compañera ideal para que la Motivación al Logro cristalice. Ella mantiene una contribución significativa en las tres muestras comentadas. Todos estos resultados apoyan la conjetura según la cual el Poder Positivo no ejerce un efecto propio, independiente, sobre el Crecimiento, sino que su efecto depende de la influencia favorable ejercida sobre él por la Motivación al Logro. Teóricamente, el mismo razonamiento es aplicable a la Motivación Afiliativa, aunque los datos hasta ahora recogidos expresan que esta motivación no afecta para nada el Crecimiento Psicológico.

Ella no ha explicado ninguna porción de varianza, por pequeña que sea, en la medida de Crecimiento Psicológico. Hasta este momento, nuestra investigación sólo dice que los componentes positivos de la Motivación Afiliativa (Autoestima, Capacidad de Compartir) no determinan favorablemente el Crecimiento Psicológico. Eso es lo que dicen los datos.

Más allá del apoyo empírico al modelo teórico, hay que destacar la importancia de la Motivación al Logro para el crecimiento personal y social. Las formas autoritarias de gobierno ejercen un influjo nefasto sobre la necesidad de Logro y fomentan en su lugar el Poder Explotador. De eso ya hemos tenido bastante. Es hora de creer en la capacidad del ser humano para crecer. Los datos del presente estudio provenían de estudiantes de medicina y de médicos. Pero en las muestras de obreros industriales se encontró la misma relación entre Logro y Crecimiento. La conexión existe naturalmente. Es hora de incrementar la Motivación al Lo-

gro de la población para aumentar su crecimiento, que es decir, mejorar nuestro recurso humano, mejorar la calidad de vida de nuestro pueblo.

REFERENCIAS

- Eljuri Febres, M. y Salom de Bustamante, C. (1992). *Motivaciones Sociales y Crecimiento Psicológico en Trabajadores Industriales. Memorias EVEMO 4.*
- McClelland, D. C. (1974). *Informe sobre el Perfil Motivacional Observado en Venezuela en los Años 1930, 1950 y 1970.* Caracas: Fundación Venezolana para el Desarrollo de Actividades Socioeconómicas, Mimeo.
- McClelland, D. C., & Winter, D. G. (1971). *Motivating Economic Achievement.* New York: The Free Press.
- Romero García, O. (1991) *Motivaciones Sociales y Crecimiento Psicológico.* Mérida: Ediciones ROGYA, C. A.
- Romero García, O. y Salom de Bustamante, C. (1992). *Instrumentos de Medición para el Crecimiento Psicológico y las Motivaciones Sociales.* ROGYA, C. A. Papel no publicado.
- Salom de Bustamante, C., Morales de Romero, M., y Romero García, O. (1984). *Motivación de Logro en Guayana: Análisis Motivacional de la Revista Uyapar.* Mérida: Centro de Investigaciones Psicológicas (ULA), Publicación 44.
- Salom de Bustamante, C. y Romero García, O. (1992). *Crecimiento Psicológico: Cómo es Afectado por el Logro, el Poder Positivo y el Estrés. Memorias EVEMO 4.*