



Universidad de Concepción
Dirección de Postgrado
Facultad de Ciencias Sociales - Magíster en Psicología

Capital social organizacional, prestigio organizacional e identificación organizacional. Un modelo predictivo de la empleabilidad y el éxito de carrera percibidos por trabajadores de educación superior.

Tesis para optar al grado de Magíster en Psicología con mención en Psicología del Trabajo y de las Organizaciones.

KARINA ALEJANDRA PEÑA GONZÁLEZ
CONCEPCIÓN-CHILE
2017

Profesor Guía: Gabriela Nazar Carter
Dpto. de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Concepción

Resumen

La influencia de variables subjetivas en torno a la organización sobre la empleabilidad y el éxito de carrera que perciben los trabajadores, ha sido poco explorada. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la capacidad predictiva del capital social organizacional (CSO), el prestigio organizacional (PO) y la identificación organizacional (IO) en la empleabilidad percibida (EP) y el éxito de carrera subjetivo (ECS), en una muestra de trabajadores chilenos. Se desarrolló un diseño de tipo cuantitativo no experimental, transversal y correlacional-causal sobre una muestra de 283 trabajadores de educación superior de la Región del Biobío, seleccionados por conveniencia. Los instrumentos utilizados fueron traducciones y adaptaciones de las escalas de capital social organizacional interno (Leana & Pil, 2006), prestigio organizacional (Herrbach, Mignonac & Gatignon, 2004), identificación organizacional (Smidts, Van Riel & Pruyn, 2001), empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo (Rothwell & Arnold, 2007). Los resultados evidencian que tanto el PO como las dimensiones estructural, relacional y cognitiva del CSO predicen la EP, mientras que sólo éstas últimas predicen el ECS. La IO tiene un efecto moderador en la relación entre el CSO estructural y el ECS, así como en la relación entre el CSO cognitivo y la EP. Este estudio aporta mayor conocimiento acerca del impacto de variables de percepción en torno a la organización en la EP y el ECS, lo cual cobra relevancia en el contexto de los actuales desafíos que los trabajadores enfrentan en torno a la gestión activa de sus carreras.

Palabras clave: capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad percibida, éxito de carrera subjetivo.

Summary

The influence of subjective variables around the organization on the employability and career success perceived by workers has been little explored. This research aimed to analyze the predictive capacity of organizational social capital (OSC), organizational prestige (OP) and organizational identification (OI in perceived employability (PE) and subjective career success (SCS) in a sample of Chilean workers. A non-experimental, cross-sectional and correlational-causal quantitative design was developed on a sample of 283 higher education workers from the Biobío Region selected for convenience. The measures used were translations and adaptations of scales of internal organizational social capital (Leana & Pil, 2006), organizational prestige (Herrbach, Mignonac & Gatignon, 2004), organizational identification (Smidts, Van Riel & Pruyn, 2001), perceived employability and subjective career success (Rothwell & Arnold, 2007). The results show that OP and the structural, relational and cognitive dimensions of OSC predict PE, while only the latter predict SCS. OI has a moderating effect on the relationship between structural OSC and SCS, as well as on the relationship between cognitive OSC and PE. This study provides greater knowledge about the impact of perception variables around the organization on PE and SCS, which becomes relevant in the context of the current challenges faced by workers active management of their careers.

Keywords: organizational social capital, organizational prestige, organizational identification, perceived employability, subjective career success.

Índice

Resumen	ii
Summary	iii
Índice de tablas.	vi
Índice de figuras.....	x
1. Introducción	1
2. Marco teórico.	5
2.1. Capital social organizacional.	5
2.2. Prestigio organizacional.	9
2.3. Identificación organizacional.	12
2.4. Empleabilidad percibida.	16
2.5. Éxito de carrera subjetivo.	21
2.6. Relación entre empleabilidad percibida y éxito de carrera.	24
2.7. Antecedentes teóricos del capital social y el prestigio organizacional como variables predictoras.	27
2.7.1. Capital social y empleabilidad percibida.	27
2.7.2. Capital social y éxito de carrera subjetivo.	28
2.7.3. Prestigio organizacional y empleabilidad percibida.	30
2.7.4. Prestigio organizacional y éxito de carrera.	31
2.8. Antecedentes teóricos de la identificación organizacional como variable moderadora.	33
2.8.1. Capital social organizacional e identificación organizacional.	33
2.8.2. Prestigio organizacional e identificación organizacional.	35
2.8.3. Identificación organizacional y empleabilidad percibida.	37
2.8.4. Identificación organizacional y éxito de carrera.	37
3. Marco empírico.	39
3.1. Problema de investigación.	39
3.1.1. Justificación.	39
3.1.2. Objetivos.	40
3.1.3. Hipótesis.	41
3.2. Método.	41
3.2.1. Diseño de investigación.	41
3.2.2. Resguardos éticos.	42
3.2.3. Participantes.	42
3.2.4. Instrumentos.	44

3.2.5. Procedimiento.....	47
3.2.6. Análisis de datos.....	48
4. Resultados.....	52
4.1. Propiedades psicométricas de los instrumentos.....	52
4.2. Estadísticos descriptivos.....	55
4.3. Diferencias de grupos.....	56
4.3.1. Pruebas de diferencias de grupos para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida.....	57
4.3.2. Pruebas de diferencias de grupos para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera.....	61
4.4. Relaciones bivariadas.....	68
4.5. Pruebas de hipótesis.....	70
5. Discusión y conclusiones.....	78
Referencias.....	85
Anexos.....	103
Anexo 1: Modificación de ítems tras aplicación de entrevistas cognitivas.....	103
Anexo 2: Consentimiento informado para encuestas en papel.....	104
Anexo 3: Consentimiento informado para encuestas en línea.....	106
Anexo 4: Escala de capital social organizacional interno (Leana & Pil, 2006) traducido.....	107
Anexo 5: Escala de prestigio organizacional (Herrbach, Mignonac & Gatignon, 2004) traducida.....	108
Anexo 6: Escala de identificación organizacional (Smidts, Van Riel & Pruyn, 2001) traducida.....	109
Anexo 7: Escala de empleabilidad percibida (Rothwell & Arnold, 2007) traducida.....	109
Anexo 8: Escala de éxito de carrera subjetivo (Rothwell & Arnold, 2007) traducida.....	110

Índice de tablas.

Tabla 1. Caracterización de la muestra.....	43
Tabla 2. Coeficientes de consistencia interna de los instrumentos de Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.....	52
Tabla 3. Índices de ajuste de los modelos de Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.....	54
Tabla 4. Estadísticos descriptivos de las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.....	55
Tabla 5. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.....	57
Tabla 6. Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según institución.....	58
Tabla 7. Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según género.....	58
Tabla 8. Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad	

percibida según estamento.....59

Tabla 9. Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según posición directiva.....60

Tabla 10. Prueba ANOVA para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según rango de edad, nivel educacional y tipo de contrato.....60

Tabla 11. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según institución.....62

Tabla 12. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según género.....63

Tabla 13. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según estamento.....64

Tabla 14. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y

Satisfacción de carrera, según posición directiva.....65

Tabla 15. Prueba Kruskal Wallis para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según rango de edad, nivel educacional y tipo de contrato.....67

Tabla 16. Coeficientes de correlación de Pearson para las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera.....69

Tabla 17. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras rango de edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva.....71

Tabla 18. Regresión lineal múltiple entre Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras nivel educacional y posición directiva.....72

Tabla 19. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional.....74

Tabla 20. Regresión lineal múltiple entre Empleabilidad percibida y sus variables predictoras

Capital social organizacional y Prestigio organizacional.....75

Tabla 21. Regresión lineal múltiple entre Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional.....76

Tabla 22. Regresión lineal múltiple multivariada entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional, con efecto de moderación de la variable Identificación organizacional.....77



Índice de figuras.

Figura 1. Modelo teórico de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva.....	26
Figura 2. Modelo teórico de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional.....	32
Figura 3. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva.....	70
Figura 4. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional.....	73

1. Introducción.

En la actualidad el mercado del trabajo a nivel mundial se caracteriza por una fuerte inestabilidad laboral y altas cifras de desempleo (Sora, Cabeller & Peiró, 2014), situación que trae consigo el aumento de la externalización de los empleos y de los trabajos temporales y/o de media jornada (Kirves, Kinnunen & Cuyper, 2014), además de altos índices de estrés laboral asociados a un importante deterioro de la salud física y psicológica de los trabajadores, de sus actitudes y de sus comportamientos (Sora et al., 2014), entre otras consecuencias.

En el contexto laboral chileno en particular, si bien las cifras oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), muestran una tendencia a la baja en el desempleo a nivel nacional, llegando al 5,9% en el periodo diciembre 2015-febrero 2016, sólo el 85,8% de los asalariados cuenta con un contrato de trabajo escrito, de los cuales sólo el 69,6% tiene un contrato de tipo indefinido, mientras que el porcentaje de asalariados contratados por una empresa que externaliza los servicios asciende al 16,5%. Dichas cifras reflejan una situación de precariedad laboral, definida como la “inestabilidad en el puesto de trabajo, ya sea por la inexistencia de contrato, o por contratos por tiempo determinado” (Barattini, 2009, p. 18).

Este contexto de turbulencia e imprevisibilidad de los mercados laborales (Smith, 2010) ha transformado la estructura tradicional de las organizaciones y de las relaciones entre empleadores y trabajadores (Sullivan & Baruch, 2009), predominando las trayectorias laborales no lineales y discontinuas, tales como las carreras sin fronteras descritas por Eby, Butts y Lockwood (2003).

Lo anterior exige a los trabajadores fortalecer sus niveles de empleabilidad a través de la gestión activa de sus carreras, debiendo adquirir los conocimientos, habilidades, capacidades y otras características que son valoradas por los empleadores (Fugate, Kinicki & Ashforth, 2004).

Es así como la empleabilidad, asociada con la capacidad para acceder y mantenerse activamente en el mercado laboral, se constituye como un constructo que da cuenta de la dinámica de inclusión-exclusión de los individuos en los mercados de trabajo (Rentería-Pérez & Malvezzi, 2008), de la cual además depende el desempeño óptimo de las organizaciones (Van der Heijden, Gorgievski & De Lange, 2015).

Asumiendo la importancia del estudio de la empleabilidad en el contexto chileno, cobra sentido examinar también el éxito de carrera de los trabajadores, en términos de la evaluación de los logros obtenidos durante sus trayectorias laborales. Diversas investigaciones han demostrado una relación positiva entre ambos constructos (p. e., Rothwell y Arnold, 2007), mientras que otras explican que la primera es un antecedente que afecta la relación entre otras variables y la segunda (p. e., De Vos, De Hauw & Van der Heijden, 2011; Van der Heijden, de Lange, Demerouti y Van der Heijde, 2009). Si bien la evidencia en torno a los antecedentes de la empleabilidad es menor en comparación al éxito de carrera (Hogan, Chamorro-Premuzic & Kaiser, 2013), investigaciones como la de Sersic y Tomas (2014) han demostrado que algunas variables son factores determinantes de ambas.

Ahora bien, diversos estudios han demostrado que las variables comúnmente asociadas al capital humano, como es el caso de la educación, tienen efectos relativamente pequeños

sobre el éxito de carrera, lo que sugiere que otros factores son importantes para explicar su varianza (Hogan et al., 2013).

Investigaciones han indagado en los factores que mitigan las consecuencias negativas de la inseguridad en el mercado del trabajo basándose en variables organizacionales, tales como el apoyo organizacional y el clima de justicia organizacional (Sora et al., 2014). No obstante, existe escasa evidencia en cuanto a la influencia de variables de percepción en torno a la organización tanto en la empleabilidad percibida como en el éxito de carrera subjetivo.

Si bien la literatura organizacional ofrece evidencia sobre de la influencia de variables como el capital social en la empleabilidad y en el éxito de carrera, ésta generalmente es medida a nivel individual. Ahora bien, considerando que muchas de las interacciones entre los individuos ocurren en el ambiente laboral (Idrovo, Camacho-Ávila, García-Rivas & Juárez-García, 2012), cobra relevancia indagar sobre la influencia del capital social a nivel organizacional en estas variables.

Considerando que el capital social organizacional es una variable relacionada con la percepción de los trabajadores en torno a las relaciones interpersonales al interior de la organización, cobra sentido complementar el modelo con una variable vinculada a la percepción de los trabajadores en torno al estatus de la organización a nivel externo, como es el prestigio organizacional.

Asimismo, considerando que la identificación organizacional ha sido posicionada en la literatura como un constructo que afecta tanto la satisfacción del individuo como la efectividad de la organización (Ashforth & Mael, 1989), asociándose a comportamientos y actitudes clave en las organizaciones (Lee, Park & Koo, 2015), es pertinente examinar su

rol en la relación entre las variables de percepción en torno a la organización ya descritas y la empleabilidad percibida y el éxito de carrera.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, el propósito de esta investigación es contribuir a la literatura laboral y organizacional proponiendo un modelo predictivo de la empleabilidad y el éxito de carrera percibidos por trabajadores, a partir de tres variables subjetivas en torno a la organización.

Una investigación situada en el contexto laboral chileno, es relevante para conocer en qué medida es necesario prestar atención a los factores organizacionales subjetivos para contribuir a que los trabajadores mejoren la gestión de sus carreras, dado el contexto del mercado del trabajo.

Este informe en primer lugar expone el marco teórico de la investigación, definiendo cada constructo, presentando los principales enfoques desde los cuales han sido abordados y las dimensiones que los componen. Luego se presentan los antecedentes teóricos que permiten posicionar al capital social organizacional y al prestigio organizacional como variables predictoras y a la identificación organizacional como variable moderadora de la empleabilidad y el éxito de carrera. Posteriormente, se hace referencia al método de investigación, a las técnicas de análisis de datos utilizadas, se exponen los resultados y se discuten sus implicancias.

2. Marco teórico.

2.1. Capital social organizacional.

El capital social, entendido como “la suma de los recursos actuales y potenciales arraigados dentro, disponibles a través y derivados de la red de relaciones que posee una unidad individual o social” (Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 243), es un constructo que emerge desde la Sociología y que ha sido abordado desde distintas perspectivas disciplinares, tales como la Economía, la Geografía, la Ciencia Política, la Educación y la Salud Pública, entre otras (Acquaah, Amoako-Gyampah & Nyathi, 2014). Por lo anterior, carece de consenso en cuanto a sus distintas dimensiones, no así respecto a la idea de que las relaciones sociales son su elemento central (Román, Gómez & Smida, 2013).

Leana y Van Buren (1999) plantean que el capital social ha sido analizado desde distintos niveles (micro y meso/macro), lo que se traduce en dos patrones de tratamiento del concepto, considerándolo como un bien público o como un bien privado. El primero corresponde a los estudios realizados a nivel macro y meso que consideran que el capital social es un atributo de una unidad social y enfatizan la naturaleza secundaria de los beneficios individuales, mientras que el segundo, corresponde a los estudios que se centran principalmente en los resultados individuales, ya sea a partir de análisis individuales, de redes, grupales u organizacionales (Leana & Van Buren, 1999).

Nahapiet y Ghoshal (1998) plantean que el capital social organizacional consta de tres dimensiones: estructural, relacional y cognitiva, las cuales se interrelacionan y juegan un papel integral en el desarrollo de este recurso intangible (Krause, Handfield & Tyler, 2007).

De estas tres dimensiones, según Leana y Pil (2006) la dimensión estructural ha recibido mayor atención en las investigaciones en torno al capital social, fundamentalmente desde un enfoque teórico basado en las redes (Hsu, Chang, Huang & Chiang, 2011).

La dimensión estructural, de acuerdo con Nahapiet y Ghoshal (1998) se refiere a “las propiedades del sistema social y de la red de relaciones como un todo” (p. 244) y describe la configuración interpersonal de vínculos entre personas o unidades. Esta dimensión se refiere a las conexiones entre los actores de una red, es decir con quienes y con qué frecuencia comparten información (Leana & Pil, 2006).

La dimensión relacional describe “el tipo de relaciones personales que las personas han desarrollado con otras a través de una historia de interacciones” (Granovetter, 1992, como se citó en Nahapiet & Ghoshal, 1998, p. 244). Esta dimensión es de carácter conductual (Lazarova & Taylor, 2008) y se centra en las características y cualidades de las relaciones entre los individuos (Turner, 2011), por lo que su principal atributo es el nivel de confianza entre los actores de una red (Leana & Pil, 2006).

La dimensión cognitiva se refiere a “los recursos que proporcionan representaciones, interpretaciones y sistemas de significado compartidos entre las partes” (Cicourel, 1973, como se citó en Nahapiet & Goshal, 1998, p. 244). Consta de una visión, metas y valores compartidos entre los individuos que pertenecen a determinada unidad social, lo que permite generar integración entre los actores, un sentido de responsabilidad y acción compartida (Coleman, 1990, como se citó en Leana & Pil, 2006) y asociatividad o “la voluntad y capacidad de definir colectivamente metas que luego son promulgadas colectivamente” (Leana & Van Buren, 1999, p. 542).

De acuerdo con Acquaah et al. (2014), las redes sociales y los vínculos arraigados en las dimensiones estructural y relacional, pueden ser clasificadas a partir de su fuerza y diversidad, dirección (vertical y horizontal) y formalidad (formal o informal). En cuanto a la fuerza y diversidad de los vínculos se distinguen tres categorías, cada una de las cuales puede ser clasificada en vínculos fuertes y vínculos débiles: “bonding” o redes homogéneas basadas en relaciones estrechamente cohesionadas y de características demográficas similares; “bridging” o redes heterogéneas basadas en conexiones con individuos de diferentes grupos sociales (Ferlander, 2007, como se citó en Acquaah et al., 2014); y “linking” o vínculos verticales que conectan a individuos de estratos sociales diferentes (Woolcock, citado en Acquaah et al., 2014).

En particular, el concepto de capital social organizacional, fue acuñado por Leana y Van Buren (1999) para referirse a un recurso que refleja la naturaleza de las relaciones sociales dentro de la empresa u organización y que beneficia tanto a la organización como a sus miembros. No obstante, esta definición abarca sólo la dimensión relacional descrita anteriormente, por lo que reduce los componentes del constructo a los distintos niveles de asociatividad (objetivos comunes y acción colectiva) y confianza (frágil o resistente y diádica o generalizada) al interior de las organizaciones (Leana & Van Buren, 1999).

En coherencia con la conceptualización anterior, Leana y Pil (2006) plantean que en las organizaciones el capital social puede ser analizado a nivel interno, es decir, a partir de la naturaleza de las relaciones entre los miembros de una organización (p. e. Leana & Van Buren, 1999), como también a nivel externo, es decir, con énfasis en los vínculos entre la organización y sus grupos de interés, tales como los competidores o socios. De este modo,

su análisis se centra en la naturaleza y fuerza de las relaciones interpersonales y los flujos de comunicación entre los individuos y las organizaciones.

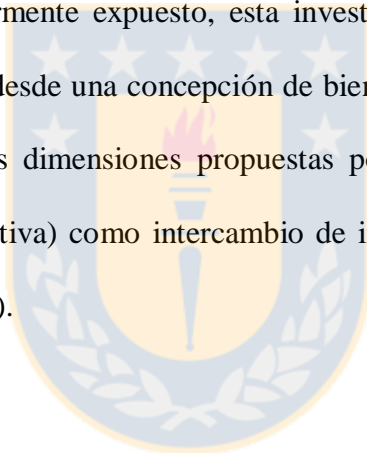
Diversas investigaciones han centrado su atención en las variables que se relacionan positivamente con el capital social como constructo o con determinadas dimensiones de éste, tales como el comportamiento ciudadano organizativo (Bagher-Salimi, Reza, Keldbari & Alipour, 2011), el desempeño organizacional (Andrews, 2010; Bakiev & Kapucu, 2012; Leana & Pil, 2006; Meier, Favero & Compton, 2014; Turner, 2011; Weber & Weber, 2010) y la autonomía de equipo (Yamaguchi, 2013), mientras que también se ha demostrado la relación negativa entre el capital social estructural y la satisfacción laboral (Yamaguchi, 2013).

Desde otra vereda se ha situado al capital social como variable mediadora de la relación entre renuncia voluntaria y desempeño organizacional (Dess & Shaw, 2001), entre comportamiento relacional de liderazgo y desempeño laboral individual (Carlemi, Ben-Hador, Waldman & Rup, 2009), entre autonomía de equipo, satisfacción laboral y compromiso organizacional (Yamaguchi, 2013), entre orientación de carrera proteica y equilibrio trabajo-vida (Direnzo et al., 2015) y entre personalidad proactiva y desempeño laboral (Thompson, 2005).

Otras investigaciones han reportado la influencia de determinadas dimensiones del capital social sobre resultados organizacionales, como por ejemplo los ingresos y el nivel de posición de gerentes (Boxman et al., 1991), la creación de valor al interior de las organizaciones (Tsai & Ghoshal, 1998), la innovación a nivel de países (Dakhli & De Clercq, 2004), el desempeño gerencial en empresas farmacéuticas (Moran, 2005), la

satisfacción laboral y el comportamiento ciudadano en la organización (Hodson, 2005), el desempeño organizacional medido a través del logro de los estudiantes en matemática y lectura (Leana & Pil, 2006), la salud de los trabajadores (Oksanen et al., 2008), la innovación tecnológica y el éxito empresarial (Delgado-Verde, Martín-de-Castro, Navas-López & Cruz-González, 2011) y la transferencia de conocimiento entre los miembros de una red (Inkpen & Tsang, 2005). Por otro lado, se ha evidenciado que variables como el comportamiento ciudadano permiten el desarrollo de capital social en las organizaciones (Bolino, Turnley & Bloodgood, 2002).

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, esta investigación se centra en el capital social organizacional interno, desde una concepción de bien público (Leana & Van Buren, 1999) y considerando sus tres dimensiones propuestas por Nahapiet y Ghoshal (1998) (estructural, relacional y cognitiva) como intercambio de información, confianza y visión compartida (Leana & Pil, 2006).



2.2. Prestigio organizacional.

El prestigio organizacional, definido como “el grado en que se percibe que la organización es de buena reputación y bien considerada” (Hausknecht, Rodda & Howard, 2009, p. 271), es un constructo de naturaleza evaluativa (Carmeli, 2005) que ha sido abordado principalmente desde disciplinas tales como la Economía y la Sociología (Ager & Piskorski, 2006) y desde un nivel individual de análisis (Sung & Yang, 2008; Uen, Ahlstrom, Chen & Liu, 2015).

El prestigio organizacional, definido también en la literatura como prestigio externo percibido, proviene de las creencias de los trabajadores respecto de las evaluaciones y juicios de los clientes, competidores y proveedores acerca del estatus y prestigio de la organización (Carmeli, 2005), a partir de diversas fuentes de información tales como el “boca a boca”, la publicidad, la comunicación interna, entre otras (Dutton & Dukerich, 1991, como se citó en Uen et al., 2015).

Aunque el prestigio organizacional podría estar asociado con los conceptos de “reputación organizacional”, referido a las percepciones de la organización que provienen de agentes externos a ésta (Carmeli, 2005) y de “imagen organizacional”, relacionado con el mensaje que se transmite desde dentro de la organización para presentarla externamente (Herrbach, Mignonac & Gatignon, 2004), es importante precisar que son constructos distintos.

Perrow (1961) plantea que el prestigio se sustenta en la calidad de los bienes o servicios producidos por la organización, la cual puede abordarse a partir de características intrínsecas o extrínsecas a éstos. Las primeras son favorables a los propósitos de la organización y permiten mantener los estándares de producción, mientras que las segundas son relevantes para asegurar la aceptación y los recursos.

Según March y Simon (1958, como se citó en Fuller et al. 2006b), el prestigio organizacional se percibe en función de la posición o éxito de la organización en la sociedad y de los estándares de prestigio de los individuos. Por tanto, sus antecedentes son la visibilidad de la organización, el grado en el que la organización ha conseguido

exitosamente sus metas y el nivel de estatus medio de los trabajadores de la organización (Fuller et al., 2006b).

De acuerdo con Carmeli (2005) existen dos formas de prestigio organizacional: el prestigio social y el prestigio económico. El primero se define como los elementos fundamentales que distinguen estratégicamente a la organización de otras y se relaciona con la calidad de la gestión, la calidad de los productos o servicios, la capacidad para atraer, desarrollar y retener trabajadores con talentos, la responsabilidad comunitaria y ambiental y la capacidad de innovación. El segundo se define como la solidez económica de la organización y se asocia a la solidez financiera, al valor de la inversión a largo plazo y al uso de activos de la organización.

Diversos autores plantean que el prestigio organizacional es importante para atraer trabajadores y asegurar un número suficiente de clientes, donantes o inversores (Perrow, 1961), lograr la motivación de los trabajadores (Carmeli, 2005) y asegurar el desempeño organizacional (Roberts & Dowling, 2002) y la identificación de los trabajadores (Carmeli, 2005; Carmeli et al., 2011).

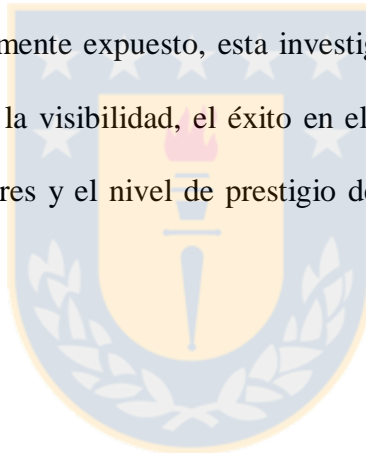
Asimismo, la literatura en torno al prestigio organizacional permite argumentar que está asociado positivamente con conductas colaborativas de los equipos y a la identificación colectiva de los equipos (Carmeli et al., 2011).

Por otro lado, predice las intenciones de los trabajadores de mantenerse en la organización (Hausknecht, Rodda & Howard, 2009), extiende el compromiso con la organización (Carmeli, 2005), aumenta el autoestima de los trabajadores (Fuller et al., 2006b) y predice el capital psicológico (esperanza, optimismo, resiliencia y autoeficacia) y

el empoderamiento psicológico (significación, competencia, autodeterminación e impacto) (Mathe & Scott-Halsell, 2012).

Además la evidencia empírica permite sostener que el prestigio organizacional media la relación entre la calidad de vida en el trabajo y el compromiso organizacional (Ojedokun, Idemudia & Desouza, 2015) y entre la gestión de marca del empleador y las referencias de los trabajadores provenientes del “boca a boca” (Uen et al., 2015), mientras que su impacto en las intenciones de los trabajadores de abandonar la organización es mediado por el compromiso organizacional y la satisfacción laboral (Herrbach et al., 2004).

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, esta investigación se centra en el prestigio organizacional proveniente de la visibilidad, el éxito en el logro de objetivos, el nivel de estatus medio de los trabajadores y el nivel de prestigio de los trabajadores (Fuller et al., 2006b).



2.3. Identificación organizacional.

La identificación organizacional, concebida como “una forma específica de identificación social donde los individuos se definen a sí mismos en términos de su pertenencia a una organización determinada” (Mael & Ashforth, 1992, p. 105), es un constructo que ha cobrado interés en la literatura organizacional durante las últimas décadas (Johnson, Johnson & Heimberg, 1999), pues impacta tanto en la satisfacción de los trabajadores, como en la efectividad de las organizaciones (Ashforth & Mael, 1989).

Algunos autores hacen referencia a la identificación organizacional como sinónimo del compromiso organizacional, no obstante, estudios empíricos han demostrado que se trata de conceptos que correlacionan, pero se diferencian entre sí (Gautman, Van Dick & Wagner, 2004; Van Knippenberg & Sleebos, 2006).

De acuerdo con la Teoría de la Identidad Social, las personas se clasifican a sí mismas a partir de diversas categorías sociales. Dicha categorización genera significados prototípicos para definir a los otros, a la vez que permite al individuo definirse a sí mismo dentro del ambiente social (Ashforth & Mael, 1989).

La identificación social o grupal es un constructo de carácter cognitivo que no necesariamente se asocia con determinadas conductas o estados afectivos y tiene relación con la capacidad de experimentar personalmente los éxitos y fracasos del grupo (Ashforth & Mael, 1989).

La identificación organizacional en particular, es una forma específica de identificación social (Ashforth & Mael, 1989; Gautman et al., 2004). Los miembros de una organización se identifican con ella cuando experimentan similitudes entre la identidad organizacional y la propia identidad individual (Bartels, Douwes, De Jong & Pruyn, 2006; Johnson, Johnson & Heimberg, 1999) y se definen a sí mismos en términos de su membresía a la organización (Kim, Chang & Jae Ko, 2010).

Johnson et al. (1999), plantean que la identificación organizacional se caracteriza por estar fuertemente relacionada con aspectos sociales de la organización. Además es fundamental en la toma de decisiones debido a la naturaleza compleja de las organizaciones

y posee una estructura organizacional profunda fundamentada en las percepciones individuales de sus miembros.

De acuerdo con Smidts, Vaen Riel y Pruyn (2001), conceptualmente la identificación organizacional consta de dos elementos: un componente cognitivo y un componente afectivo. El primero se asocia a los intereses comunes entre el individuo y la organización y el segundo, al sentimiento de orgullo por pertenecer o sentirse reconocido por la organización (Smidts, Van Riel & Pruyn, 2001).

Asimismo, Johnson et al. (1999) plantean que la identificación organizacional consta de tres dimensiones: la similitud, la pertenencia o afiliación y la lealtad. La similitud está asociada a la reciprocidad de las metas e intereses percibidos por los miembros de la organización. La pertenencia o afiliación está relacionada con el grado en que la organización se vincula al autoconcepto de los trabajadores, mientras que la lealtad se refiere al apoyo y defensa de la organización por parte de los trabajadores (Patchen, 1970, como se citó en Johnson et al., 1999).

La literatura en torno a la identificación organizacional ha demostrado que los trabajadores que se identifican fuertemente con la organización en la que trabajan, tienen actitudes y comportamientos positivos hacia ella, tales como altos niveles de satisfacción laboral y comportamientos extra-rol, mientras que presentan menos ausentismo e intenciones de abandonar la organización (Bartles, 2006). Asimismo, predice actitudes y comportamientos clave en la organización, tales como el compromiso laboral afectivo, el desempeño de rol y extra-rol (Lee et al., 2015) y la satisfacción laboral (Li, Fan & Zhao, 2015), entre otros.

Por otro lado, algunas investigaciones proporcionan la base empírica que sustenta la relación positiva entre la identificación organizacional y variables tales como la satisfacción laboral (Gok, Karatuna & Karaca, 2015; Mael & Ashfort, 1995, como se citó en Kim et al., 2010); la motivación por el trabajo y el desempeño (Mael & Ashfort, 1995, como se citó en Kim et al., 2010); la permanencia en la organización, el prestigio organizacional y el desempeño de rol y extra rol (Riketta, 2005); la cohesión grupal, la participación, la obediencia y la iniciativa personal (Topa & Morales, 2006).

Asimismo, la identificación organizacional está relacionada positivamente con el desempeño organizacional (Carmeli, Gilat & Waldman, 2007); con la identificación profesional, la satisfacción con factores higiénicos y la satisfacción con factores motivadores (Topa & Morales, 2007); y con la satisfacción con el grupo y el compromiso normativo (Topa & Palaci, 2007).

Por otro lado, la identificación organizacional modera completamente la relación entre el prestigio externo percibido y el comportamiento ciudadano organizativo dirigido hacia los individuos, mientras que modera parcialmente la relación entre el prestigio externo percibido y otros resultados laborales tales como la intención de abandonar la organización, el desempeño laboral y el comportamiento ciudadano organizativo dirigido hacia la organización (Shen et al., 2014).

Otras investigaciones aportan evidencia sobre algunas variables que predicen o favorecen la identificación organizacional, tales como la diferencia de los valores y prácticas del grupo respecto de otros, el prestigio del grupo y la prominencia o capacidad de sobresalir que poseen los grupos externos (Ashforth & Mael, 1989); la responsabilidad

social percibida (Carmeli et al., 2007); el prestigio y la diferenciación de la organización, el apoyo y la apreciación de los superiores y la oportunidad percibida de promoción y realización profesional (Reade, 2001).

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, esta investigación se centra en la identificación organizacional considerando sus componentes cognitivo y afectivo (Smidts et al., 2001).

2.4. Empleabilidad percibida.

La empleabilidad percibida es un constructo relevante en tres momentos de la carrera: cuando se ingresa desde la educación al trabajo, cuando se busca un trabajo estando desempleado y cuando se busca un nuevo puesto estando empleado (Hillage & Pollard 1998, como se citó en Kirves et al., 2014).

Ahora bien, el concepto de empleabilidad, definido como una forma de adaptabilidad que permite a los trabajadores identificar y llevar a cabo oportunidades de carrera (Fugate, Kinicki & Ashforth, 2004), ha sido abordada desde distintos niveles (individual, organizacional e industrial) a través de diversas disciplinas, tales como la Gestión y Desarrollo de Recursos Humanos y la Psicología, entre otras (Van Der Heijde & Van Der Heijden, 2006), constituyéndose como un concepto relevante que afecta a todos los trabajadores (Hernández-Fernaud, Ramos-Sapena, Negrín, Ruiz-de la Rosa & Hernández, 2011).

Thijssen, Van Der Heijden y Rocco (2008) plantean que el estudio de la empleabilidad durante las últimas décadas ha aumentado específicamente en Europa y Estados Unidos, en términos de política social y de desarrollo de habilidades y adaptabilidad, respectivamente.

Dichos autores identifican distintos enfoques que han sido utilizados para abordar la empleabilidad, destacando las perspectivas social, organizacional e individual. La primera tiene relación con el pleno empleo a nivel de países, asociado a bajas tasas de desempleo y a una economía saludable, por lo que su foco estaba en ayudar a los ciudadanos desempleados a encontrar trabajo. La segunda tiene como indicador la capacidad de igualar la oferta y demanda en una organización determinada, mientras que para la tercera es relevante la oportunidad de adquirir y mantener un puesto de trabajo atractivo (Thijssen et al., 2008).

Si bien tradicionalmente el foco del estudio de la empleabilidad estuvo en el empleo que se extendía durante toda la vida en una misma organización, en el actual contexto del mercado del trabajo caracterizado por una alta movilidad, la empleabilidad ha pasado a ser un constructo de carácter psicosocial centrado en las características individuales necesarias para conseguir o mantener un empleo (Hernández-Fernaud et al., 2011), por lo que la supervivencia en el mercado del trabajo se garantiza a partir de la pericia o competencia en un campo determinado (Thijssen et al., 2008).

No obstante, Thijssen et al. (2008) además identifican tres componentes conceptuales de la empleabilidad en la literatura, referidos al radio de empleabilidad, las competencias de empleabilidad y las condiciones contextuales. El primero tiene relación con la adecuación personal para desempeñar un trabajo, siendo el componente más común entre los

investigadores. El segundo ha sido utilizado por la mayoría de los autores y tiene una connotación más amplia que el anterior tomando en consideración las competencias y habilidades que permiten a los trabajadores usar las oportunidades más allá del radio de la empleabilidad. El tercero abarca los factores personales y contextuales (de la organización e incluso de la sociedad) que influyen en la situación laboral futura de los trabajadores, siendo el menos incluido de los tres en las definiciones de empleabilidad.

Algunos autores (Fugate, 2006; Fugate & Kinicki, 2008) proponen un enfoque disposicional de la empleabilidad, definiéndola como “una constelación multidimensional de características individuales que predisponen a los individuos a adaptar proactivamente sus entornos de trabajo y de carrera” (Fugate, 2006, p. 2). Este enfoque consta de cinco dimensiones: la apertura a los cambios en el trabajo, el trabajo y carrera resiliente, el trabajo y carrera proactiva, la motivación de carrera y la identidad de carrera (Fugate & Kinicki, 2008).

De acuerdo con Fugate (2006), la apertura a los cambios permite a los trabajadores mantener la flexibilidad en situaciones inciertas y facilita el aprendizaje continuo, mientras que el trabajo y carrera resiliente se asocia a una actitud positiva y productiva y a expectativas positivas respecto de eventos futuros en el trabajo. Por otro lado, el trabajo y carrera proactiva tiene relación con adquirir información respecto a posibles oportunidades y retos en el trabajo y preparar acciones necesarias para enfrentarlas, mientras que la motivación de carrera se asocia a los objetivos profesionales, a la planificación y a la orientación hacia el aprendizaje (Fugate, 2006). Finalmente, la identidad de carrera es la base cognitiva de la empleabilidad disposicional y tiene relación con la autodefinición en el

contexto de la carrera (Fugate, 2006), por lo que direcciona, regula y sostiene los comportamientos de los trabajadores (Fugate & Kinicki, 2008).

Otros autores como Van Der Heijde y Van Der Heijden (2006) proponen un modelo de empleabilidad basado en competencias, en el cual se hace alusión al uso óptimo de las competencias a partir de cinco dimensiones: la pericia profesional, la anticipación y optimización, la flexibilidad personal, el sentido corporativo y el equilibrio (Camps, Torres & Rodríguez, 2011).

La pericia profesional es un factor del capital humano relevante para la vitalidad de las organizaciones y un requisito previo para los resultados positivos de la carrera de los trabajadores. La anticipación y optimización tienen relación con la capacidad de adaptarse a los cambios futuros en el trabajo de un modo personal y creativo, mientras que la flexibilidad personal se refiere a la capacidad para adaptarse a los cambios que ocurren en el trabajo y en el mercado laboral (Van Der Heijde & Van Der Heijden, 2006). Por otro lado, el sentido corporativo hace alusión al compromiso con la organización y a comportamientos de ciudadanía organizacional (Hernández-Fernaud et al., 2011), mientras que el equilibrio se refiere a una relación honesta entre los intereses personales y organizacionales (Van Der Heijde & Van Der Heijden, 2006).

Desde otra vereda, autores como Kirves et al. (2014) observan un continuo desde los factores situacionales a los factores individuales. Asimismo, Rothwell y Arnold (2007), continúan enfatizando el foco individual de la empleabilidad (empleabilidad interna), asumiendo además que existen factores externos asociados al mercado laboral (empleabilidad externa). En la perspectiva de los autores confluyen las habilidades y

comportamientos que contribuyen a un desempeño efectivo, la resiliencia asociada a responder efectivamente a las circunstancias cambiantes, las redes de contactos que proporcionan información y apoyo y las habilidades para buscar empleo y el conocimiento sobre el mercado del trabajo (Rothwell & Arnold, 2007).

El estudio de la empleabilidad percibida se ha centrado más en sus consecuencias para el trabajo, las organizaciones, las carreras y la salud (Kirves et al., 2014). Por ejemplo, se ha encontrado evidencia de su capacidad predictiva en la satisfacción laboral extrínseca, intrínseca y social (Gamboa, Gracia, Ripoll & Peiró, 2009), así como de su capacidad para moderar la relación entre la inseguridad laboral y la satisfacción con la vida (Silla, De Cuyper, Gracia & Peiró, 2008).

Por otro lado, las investigaciones enfocadas en los factores que predicen la empleabilidad percibida se han centrado más en la educación, las competencias y el entrenamiento, así como en factores contextuales y recursos individuales (Kirves et al., 2014).

De acuerdo a dichas investigaciones, algunas variables sociodemográficas e individuales que predicen la empleabilidad percibida son la edad, el estado civil, la región de origen, el nivel de instrucción (Ballon, 2011), estar en posesión de un grado universitario (Fugate et al., 2004), el género, los ingresos mensuales, la posición directiva del puesto (Sersic & Tomas, 2014) y el optimismo (Kirves et al., 2014), mientras que la investigación de Kirves et al. (2014) demostró que la variable contextual “tipo de contrato” no predice la empleabilidad percibida por sí sola, pero modera la relación entre movilidad percibida y empleabilidad percibida.

Por otro lado, algunas variables asociadas al conocimiento y a las competencias que predicen la empleabilidad percibida son la educación y el entrenamiento (Groot & Maassen, 2000), el desarrollo de competencias, el nivel actual de competencias laborales, la voluntad de desarrollar nuevas competencias o cambiar de trabajo, la conciencia de las oportunidades y la auto-presentación (Wittekind, Raeder & Grote, 2010), los conocimientos y el dominio del idioma inglés (Gokuladas, 2011), las competencias aprendidas y el método de búsqueda de trabajo (Ballon, 2011), así como la religiosidad, el trabajo en equipo, el liderazgo, el emprendimiento, la comunicación, el pensamiento crítico y la ética (Mahazan, Siti, Umami & Wan Mohd, 2015).

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, esta investigación se centra en la empleabilidad percibida considerando sus dimensiones interna y externa (Rothwell & Arnold, 2007).

2.5. Éxito de carrera subjetivo.

El éxito de carrera, definido como “el logro de resultados deseables relacionados con el trabajo en cualquier punto de las experiencias de trabajo de una persona a través del tiempo” (Arthur, Khapova & Wilderom, 2005: 179), es un constructo que emerge de la literatura en torno a la Teoría de la carrera, asociado al resultado de las experiencias individuales de carrera (Arthur et al., 2005), tanto dentro como fuera de las organizaciones (Sullivan & Baruch, 2009).

Asumiendo la transición desde las carreras tradicionales de tipo lineal hacia las trayectorias discontinuas y no lineales, la literatura ha proporcionado los conceptos de

carrera proteana y carrera sin fronteras. En el primer caso, los trabajadores que adquieren una carrera proteica adaptan sus conocimientos, habilidades y capacidades a ambientes de trabajo cambiantes, son flexibles, valoran la libertad, creen en el aprendizaje continuo y buscan recompensas intrínsecas (Sullivan & Baruch, 2009). En el segundo caso, la carrera toma una serie de formas, constituyéndose a partir de experiencias entre diferentes organizaciones y puestos de trabajo (Eby et al., 2003).

Bajo este punto de vista, el concepto de carrera hace referencia tanto a la movilidad física entre niveles, puestos de trabajo, empleadores, ocupaciones e industrias, como a la interpretación individual respecto a eventos de carrera, alternativas de carrera y resultados (Sullivan & Baruch, 2009). Por tanto, el éxito de carrera se relaciona con la evaluación actual de la acumulación de experiencias laborales pasadas y en este punto difiere de la empleabilidad percibida, asociada con la capacidad actual de transitar por el mundo del trabajo a futuro (Rothwell & Arnold, 2007).

La literatura en torno al éxito de carrera proporciona dos patrones de tratamiento del constructo: el objetivo o extrínseco y el subjetivo e intrínseco. El éxito de carrera objetivo se define a partir de logros tangibles de la situación de carrera de los individuos (Arthur et al., 2005), mientras que el éxito de carrera subjetivo se refiere a los factores inherentes al trabajo que dependen de la evaluación subjetiva de los propios objetivos y metas (Seibert & Kraimer, 2001).

El primero ha sido abordado a partir de indicadores tales como el salario y las promociones (Shockley, Ureksoy, Rodopman, Poteat & Dullaghan, 2015), mientras que el

segundo consta de dos componentes: la satisfacción con el trabajo actual y la satisfacción de carrera (Judge et al., 1994).

Tradicionalmente las investigaciones han puesto el foco en el éxito de carrera objetivo (Shockley et al., 2015). No obstante, en el actual contexto laboral donde predominan las carreras sin fronteras, el estudio del éxito de carrera subjetivo está cobrando mayor interés (De Vos & Soens, 2008).

Al respecto, los mismos autores (Shockley et al., 2015) a través de investigaciones cualitativas, han identificado las dimensiones más relevantes asociadas al éxito de carrera subjetivo para trabajadores de diferentes contextos, entre las cuales se encuentran: la autenticidad, el crecimiento y el desarrollo, la influencia, el trabajo significativo, la vida personal, el trabajo de calidad, el reconocimiento y la satisfacción.

Algunas investigaciones ofrecen la base empírica sobre la relación existente entre el éxito de carrera, tanto objetivo como subjetivo, y otras variables. Por ejemplo, Ng, Eby, Sorensen y Feldman (2005) encontraron que algunas variables asociadas con el capital humano -número de horas trabajadas, centralidad del trabajo, nivel educacional, planificación de carrera y capital social- y al patrocinio organizacional -patrocinio de carrera y oportunidades de entrenamiento y desarrollo de habilidades-, además de la variable sociodemográfica “estar casado” y otras variables de diferencia individual -escrupulosidad, extroversión y proactividad- están positivamente relacionadas con el éxito de carrera objetivo y subjetivo, mientras que el neuroticismo está negativamente asociado con éste.

Asimismo, se ha demostrado que el intercambio líder-miembro (Wayne, Liden, Kraimer & Graf, 1999) y el ajuste persona-organización (Bretz & Judge, 1994) son variables asociadas positivamente con el éxito de carrera objetivo y subjetivo, mientras que la adopción de una carrera sin fronteras, la empatía, la creación de redes y la confianza en sí mismo, están asociadas al éxito de carrera objetivo (Gerli, Bonesso & Pizzi, 2015).

Otras investigaciones se han focalizado en las variables que predicen el éxito de carrera subjetivo, tales como la edad, la educación, los ingresos mensuales, la posición directiva (Sersic & Tomas, 2014), la actitud de carrera proteica (De Vos & Soens, 2008), la personalidad proactiva, la apertura a la experiencia, la visión de carrera, las redes internas y externas, las habilidades relativas a la carrera o al trabajo y la identidad de carrera (Eby, Butts & Lockwood, 2003).

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, esta investigación se centra en el éxito de carrera subjetivo considerando sus dimensiones satisfacción con el trabajo actual y satisfacción de carrera (Judge et al., 1994; Rothwell & Arnold, 2007).

2.6. Relación entre empleabilidad percibida y éxito de carrera.

Diversas investigaciones han reportado una relación positiva estadísticamente significativa entre la empleabilidad percibida y el éxito de carrera subjetivo (Sersic & Tomas, 2014; De Vos et al., 2011).

Por otro lado, se ha demostrado que la empleabilidad percibida media completamente la relación entre la participación de los trabajadores en iniciativas de desarrollo de competencias y el éxito de carrera, mientras que media parcialmente la relación entre el apoyo percibido para el desarrollo de competencias y el éxito de carrera (De Vos et al., 2011).

Asimismo, la investigación de Van der Heijden et al. (2009) demuestra que la edad del trabajador modera la relación entre las calificaciones de empleabilidad realizadas por el supervisor directo y el éxito de carrera objetivo.

Los planteamientos expuestos en este apartado y en los anteriores permiten establecer las siguientes hipótesis de investigación (figura 1):

Hipótesis 1: La edad, el género, el nivel educacional, el tipo de contrato y la posición directiva predicen los niveles de Empleabilidad y Éxito de carrera percibidos por los trabajadores de educación superior, existiendo una relación positiva entre ambas.

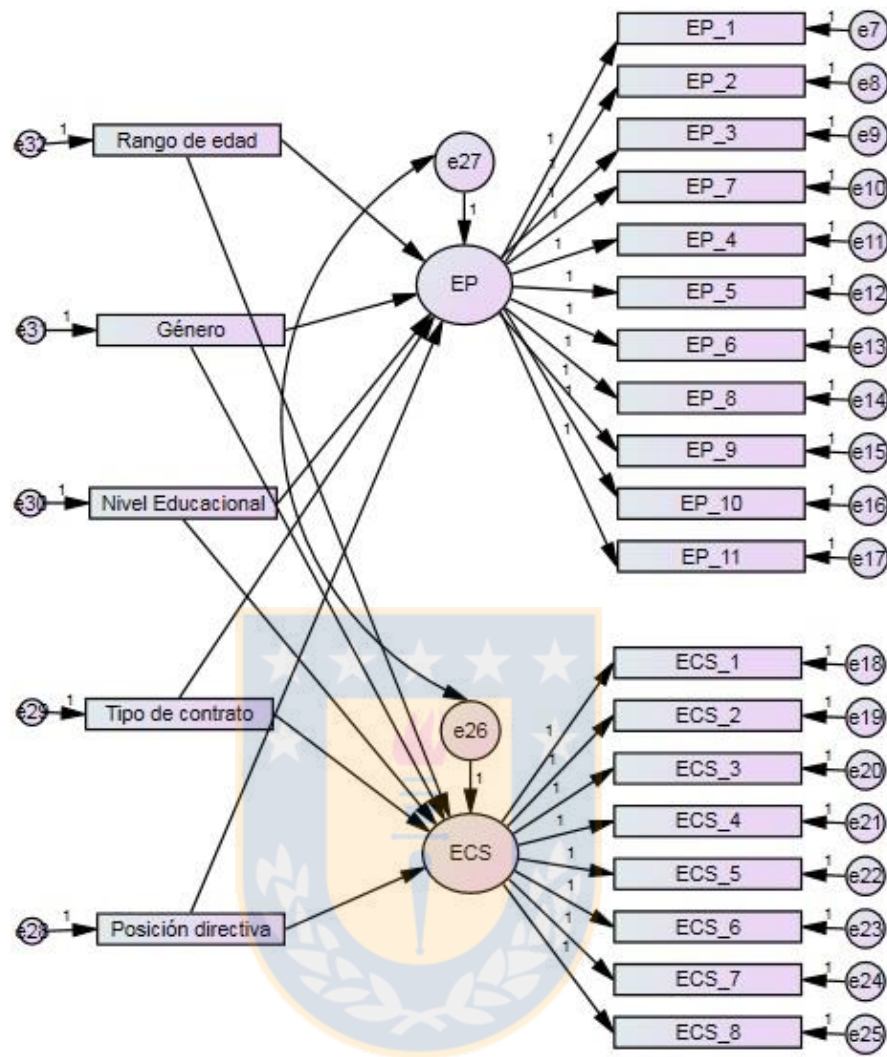


Figura 1. Modelo teórico de la relación entre Empleabilidad percibida (EP) y Éxito de carrera subjetivo (ECS) y sus variables predictoras edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva.

2.7. Antecedentes teóricos del capital social y el prestigio organizacional como variables predictoras.

2.7.1. Capital social y empleabilidad percibida.

Según algunos investigadores de la empleabilidad (Fugate et al., 2004; McArdle, Waters, Briscoe & Hall, 2007) el capital social es una de las dimensiones que la componen, por tanto, existe escasa evidencia científica en torno a la relación entre las variables capital social y empleabilidad percibida.

Las investigaciones por lo general son conducidas a nivel individual, centrándose en el capital social de puente. Por ejemplo, Smith (2010) plantea que cultivar activamente el capital social es un mecanismo para mejorar la empleabilidad, mientras que la evidencia empírica demuestra distintos tipos de relación entre ambas variables (Creed & Gagliardi, 2014; Dizenzo, Greenhaus & Weer, 2015; Hill, 2009).

Por ejemplo, la investigación de Hill (2009), basada en las reflexiones de la primera generación de estudiantes graduados de una escuela de negocios, concluye que la habilidad para reconocer y activar el capital social de puente y de enlace es un factor determinante de la empleabilidad basada en habilidades y capacidades, fundamentalmente aquellas de carácter interpersonal y social que son valoradas por los empleadores.

Asimismo, la investigación de Creed y Gagliardi (2014) considera que la empleabilidad percibida es un constructo psicosocial que consta tanto de factores individuales (confianza en el empleo) como externos (percepción de la demanda de empleo), mientras que el capital

social es un recurso personal que refleja las conexiones sociales de puente entre individuos. Los resultados señalan que el capital social modera la relación entre el compromiso y ambas dimensiones de la empleabilidad percibida.

Por otro lado, en la investigación de Dorenzo et al. (2015) el capital social es considerado un recurso proveniente de la red de relaciones personales y profesionales que permite adquirir oportunidades de trabajo, mientras que la empleabilidad es la capacidad resultante de crear, identificar y realizar oportunidades de carrera. Los resultados señalan que el capital social está positivamente asociado con la empleabilidad percibida.

Lo anterior permite extrapolar una relación de influencia entre el capital social organizacional y la empleabilidad percibida.

2.7.2. Capital social y éxito de carrera subjetivo.

La relación entre el capital social y el éxito de carrera ha sido escasamente abordada por los investigadores organizacionales, quienes se han centrado más en explorar variables demográficas, de capital humano, motivacionales, organizacionales e industriales en los modelos del éxito de carrera (Seibert, Kraimer & Liden, 2001).

Dos investigaciones en particular abordaron la relación entre ambas variables a nivel individual, reportando una relación positiva entre ellas (Seibert et al., 2001) y la influencia del capital social sobre el éxito de carrera (Chen, 2011).

La investigación de Seibert et al. (2001) integra diversas teorías desarrolladas en torno al capital social en un constructo asociado tanto con las diferentes estructuras de la red que facilitan el acceso a los recursos sociales (lazos débiles y agujeros estructurales), como a la naturaleza de los recursos sociales anclados en la red (número de contactos en otras funciones y número de contactos en los niveles más altos de la organización). Asimismo, examina el éxito de carrera objetivo (salario actual y número de promociones) y subjetivo (satisfacción de carrera). Los resultados del estudio demuestran que las medidas de la estructura de la red se relacionan positivamente con las medidas de los recursos sociales. Estos últimos a su vez se relacionan positivamente con las medidas del éxito de carrera (objetivo y subjetivo), mediados por el acceso a la información, el acceso a los recursos y el patrocinio de carrera.

Por otro lado, la investigación de Chen (2011) considera que el capital social individual consta de las dimensiones red social y confianza social, mientras que explora su relación con el éxito de carrera subjetivo, abordado como satisfacción laboral y satisfacción de carrera. Los resultados obtenidos de una muestra de 150 profesionales del área de las relaciones públicas, revelan que la confianza social predice positivamente todos los componentes del éxito de carrera subjetivo (desafío y variedad, significación de tarea, autonomía, recompensas financieras, apoyo, comodidad del empleo, promociones y satisfacción de carrera), no así la red social.

Lo anterior permite extrapolar una relación de influencia entre el capital social organizacional y el éxito de carrera subjetivo.

2.7.3. Prestigio organizacional y empleabilidad percibida.

Si bien no se encontró evidencia científica respecto a la relación entre las variables prestigio organizacional y empleabilidad percibida en trabajadores, algunas investigaciones proporcionan la base para teorizar dicha relación.

Por ejemplo, Rothwell, Herbert y Rothwell (2008) desarrollaron una escala de medición de la empleabilidad percibida por estudiantes universitarios, en la cual incluyen una dimensión relativa a la reputación de la universidad, variable que ha sido asociada al prestigio organizacional en la literatura (Herrbach et al., 2004). Dicha escala fue validada en una muestra de estudiantes universitarios ingleses, confirmándose que la percepción en torno al prestigio de la universidad es un indicador de la empleabilidad externa percibida.

Desde otra vereda, la imagen organizacional, constructo distinto al prestigio organizacional, pero conceptual y empíricamente relacionado a éste (Herrbach et al., 2004), ha sido catalogada como variable criterio de la empleabilidad percibida por profesionales portugueses del área del Turismo en la investigación realizada por Eurico, Da Silva y Do Valle (2015).

Lo anterior proporciona la base para extrapolar una relación de influencia entre el prestigio organizacional y la empleabilidad percibida.

2.7.4. Prestigio organizacional y éxito de carrera.

Pese a que no se identificó evidencia científica que avale la relación entre las variables prestigio organizacional y éxito de carrera, se encontraron algunas investigaciones que examinaron la relación entre distintas dimensiones de estos u otros constructos que han sido asociados en la literatura.

Por ejemplo, la investigación de Carmeli y Freund (2009) demuestra que el prestigio externo percibido por trabajadores sociales pertenecientes a organizaciones sin fines de lucro israelíes, está positivamente asociado a su satisfacción laboral, variable que ha sido catalogada como dimensión del éxito de carrera subjetivo (Judge et al., 1994).

Por otro lado, considerando que la literatura también ha demostrado que la visibilidad organizacional es una dimensión del prestigio organizacional (Fuller et al., 2006b) y que el éxito financiero, salario o compensación es un indicador del éxito de carrera objetivo (Shockley et al., 2015), los resultados de la investigación de Judge et al. (1994) sobre la influencia de la visibilidad de la organización en el éxito financiero de los trabajadores, permiten extrapolar la influencia del prestigio organizacional sobre el éxito de carrera objetivo.

Asimismo, considerando que la reputación organizacional es una variable que ha sido asociada con el prestigio organizacional (Carmeli, 2005), la investigación de Dolatabadi, Ghujali y Shahmohammadi (2012) en torno a la influencia de la satisfacción laboral en la conciencia de trabajadores iraníes del sector financiero sobre su impacto en la reputación

organizacional, permite extrapolar la influencia del éxito de carrera subjetivo en el prestigio organizacional.

Los planteamientos expuestos en este apartado y en los anteriores proporcionan la base para formular las siguientes hipótesis de investigación (figura 2):

Hipótesis 2: El capital social organizacional y el prestigio organizacional predicen los niveles de empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores universitarios.

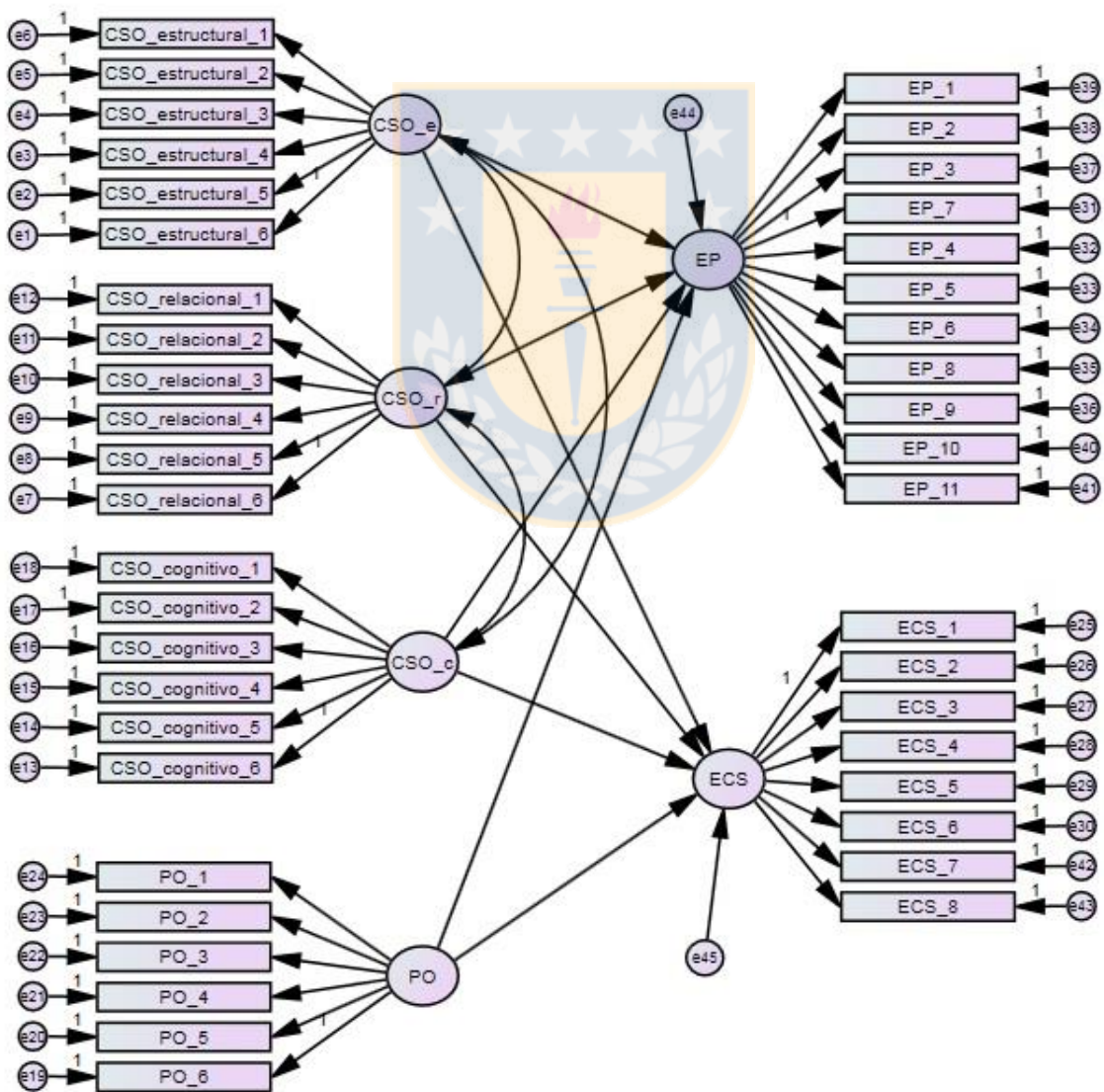


Figura 2. *Modelo teórico de la relación entre Empleabilidad percibida (EP) y Éxito de carrera subjetivo (ECS) y sus variables predictoras Capital social organizacional (CSO) y Prestigio organizacional (PO).*

2.8. Antecedentes teóricos de la identificación organizacional como variable moderadora.

2.8.1. Capital social organizacional e identificación organizacional.

La literatura organizacional carece de investigaciones que vinculen el capital social de la organización con la identificación organizacional. No obstante, la relación entre capital social a nivel individual e identificación organizacional ha sido recientemente abordada desde el enfoque de las redes sociales (Broch, Lurati, Zamparini & Mariconda, 2014), por investigadores tales como Kuipers (2009), Jones y Volpe (2011) y Broch et al. (2014).

Por ejemplo, Kuipers (2009) considera que las relaciones de amistad y de confianza se constituyen como redes de relaciones interpersonales presentes en el lugar trabajo. Los resultados obtenidos de una muestra de trabajadores de cinco organizaciones estadounidenses, demuestran que el traslape entre las redes formales de poder y las redes informales de amistad y de confianza, medido a través de la proporción de lazos de que están presentes en ambas redes, se relaciona positivamente con la identificación

organizacional. Asimismo, el traslape entre las redes de confianza y las redes de poder en particular, predice la identificación organizacional.

Asimismo, la investigación de Jones y Volpe (2011) se centra en variables relacionales tales como el tamaño de la red, la fuerza de la relación y la densidad de la red. El primero se define por la centralidad que posee el individuo en una red social. El segundo, por la frecuencia de interacción, duración y cercanía. Y el tercero, por el grado en que las personas en una red se conocen entre sí y están interconectados. Los datos recolectados de una muestra de estudiantes de una institución académica estadounidense evidencian que el tamaño de la red de un individuo tiene un impacto directo en la identificación organizacional, no así la fuerza de la relación y la densidad de la red.

Del mismo modo, Broch et al. (2014), conciben al capital social como un recurso incrustado en las red social de los individuos, compuesto por lazos instrumentales (interacciones que ocurren durante el desempeño de rol) y expresivos (tales como elementos afectivos, amistad y apoyo social), el cual es utilizado por las personas para obtener apoyo social y llevar a cabo el trabajo en el contexto organizacional. En términos generales, los resultados de la encuesta realizada en una organización de negocios italiana, demuestran que el capital social de las personas influencia la identificación organizacional, tanto directamente como a través del atractivo de la identidad organizacional percibida.

Desde otra vereda, existe evidencia empírica sobre la relación entre el capital social y el compromiso organizacional (Hsu et al., 2011; Watson & Papamarcos, 2002), variable que ha demostrado una correlación significativa con la identificación organizacional (Gautman et al., 2004) y en la literatura tiende a tratarse como constructos similares. Los resultados de

la investigación de Watson y Papamarcos (2002) señalan que el capital social, compuesto por confianza, comunicación y estructuras normativas, influencia positiva y significativamente los niveles de compromiso organizacional.

Finalmente, la investigación de Hsu et al. (2011) proporciona la base empírica para extrapolar la influencia del capital social organizacional sobre la identificación organizacional. Dicha investigación encontró que capital social, medido a partir de las dimensiones de interacción social, confianza y visión compartida, influye sobre el compromiso organizacional.

2.8.2. Prestigio organizacional e identificación organizacional.

La relación entre el prestigio organizacional (o prestigio externo percibido) y la identificación organizacional ha sido ampliamente estudiada. Algunos investigadores revelaron que ambas variables están positivamente asociadas (Fuller, Hester, Barnett, Frey, Relyea & Beu, 2006; Liu, Lam & Loi, 2014), mientras que otros señalan que la primera de ellas predice a la segunda (Bartels, Pruyn, De Jong & Joustra, 2007; Mael & Ashforth, 1992; Smidts et al., 2001).

Lo anterior se explica fundamentalmente porque los individuos buscan aumentar su autoestima identificándose con grupos u organizaciones que son positivamente valorados por personas externas (Bartels et al., 2007; Smidts et al., 2001).

Las investigaciones que han reportado una relación positiva entre ambas variables utilizaron distintos indicadores del prestigio organizacional. Por ejemplo, Fuller et al. (2006b) examinaron como antecedentes del prestigio percibido por trabajadores de una compañía de servicios de salud, la visibilidad de la organización, el éxito en el logro de metas, el nivel de estatus medio de los trabajadores y el nivel de prestigio de los trabajadores individuales, mientras que Liu et al. (2014) midieron el prestigio organizacional a partir de su componente cognitivo, a través de la escala de Mael y Ashforth (1992).

Desde otra vereda, las investigaciones que han examinado modelos predictivos de la identificación organizacional integran diversas variables además del prestigio organizacional, tales como la diferenciación organizacional y la ausencia de competencia intraorganizacional (Mael y Ashforth, 1992), la comunicación con los trabajadores (Smidts et al., 2001) y los estereotipos de la organización (Bergami & Bagozzi, 2000). En el primer caso, el prestigio organizacional percibido por alumnos universitarios estadounidenses de sexo masculino predice más significativamente la identificación organizacional (Mael y Ashforth, 1992), mientras que en el segundo, el prestigio externo percibido por trabajadores de una organización de servicios al cliente predice la identificación organizacional en menor medida que la comunicación con los trabajadores (Smidts et al., 2001). Del mismo modo, en el tercer caso, el prestigio organizacional percibido por trabajadores italianos y coreanos predice la identificación organizacional cognitiva en menor medida que los estereotipos de la organización (Bergami & Bagozzi, 2000).

Lo anterior proporciona la base empírica para establecer la influencia del prestigio organizacional en la identificación organizacional.

2.8.3. Identificación organizacional y empleabilidad percibida.

Pese a que no se identificó evidencia científica que avale la relación entre las variables identificación organizacional y empleabilidad percibida, autores como Fugate et al. (2004) proporcionan la base para teorizar la relación entre la identificación organizacional y la empleabilidad percibida, al plantear que una de las dimensiones de la empleabilidad es la identidad de carrera, constructo que se asemeja a los de identidad de rol, identidad profesional e identidad organizacional, en la medida en que todos se relacionan con el modo en que las personas se definen a sí mismas en un contexto laboral específico. En estos términos, la identidad de carrera causa y actúa como base cognitiva y afectiva de la empleabilidad (Fugate et al., 2004).

Lo anterior permite extrapolar una relación de influencia entre la identificación organizacional y la empleabilidad percibida.

2.8.4. Identificación organizacional y éxito de carrera.

Pese a que no se identificó evidencia científica que avale la relación entre las variables identificación organizacional y éxito de carrera, autores como Topa y Morales (2007) proporcionan evidencia empírica sobre la relación entre la identificación organizacional y la satisfacción laboral, constructo considerado como una de las dimensiones del éxito de carrera subjetivo en esta investigación.

Dichos autores, a partir de una muestra de trabajadores de distintas organizaciones, concluyen que la identificación organizacional media la relación entre la ruptura del contrato psicológico y la satisfacción laboral (Topa & Morales, 2007).

Los planteamientos expuestos en este apartado y en los anteriores permiten establecer la siguiente hipótesis de investigación:

Hipótesis 3: La identificación organizacional modera la influencia de las variables capital social organizacional y prestigio organizacional sobre los niveles de empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores universitarios.



3. Marco empírico.

3.1. Problema de investigación.

3.1.1. Justificación.

Tradicionalmente, la Empleabilidad y el Éxito de carrera percibidos por los trabajadores han sido explicados a partir de variables sociodemográficas, relativas al trabajo y de diferencias individuales, algunas de las cuales tiene un bajo efecto predictivo sobre éstas (Hogan, Chamorro-Premuzic & Kaiser, 2013). En contraste, existe escasa evidencia empírica sobre la influencia de variables subjetivas en torno a la organización sobre estas. Es por ello que se plantean las siguientes preguntas de investigación.

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y RELATIVAS AL TRABAJO, TALES COMO LA EDAD, EL GÉNERO, EL NIVEL EDUCACIONAL, EL TIPO DE CONTRATO Y LA POSICIÓN DIRECTIVA, ¿PREDICEN LOS NIVELES DE EMPLEABILIDAD Y ÉXITO DE CARRERA QUE PERCIBEN LOS TRABAJADORES?

VARIABLES DE PERCEPCIÓN EN TORNO AL CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN, TALES COMO EL CAPITAL SOCIAL ORGANIZACIONAL Y EL PRESTIGIO ORGANIZACIONAL, ¿PREDICEN LOS NIVELES DE EMPLEABILIDAD Y ÉXITO DE CARRERA QUE PERCIBEN LOS TRABAJADORES? ¿LA IDENTIFICACIÓN ORGANIZACIONAL TIENE UN EFECTO MODERADOR EN DICHO MODELO?

3.1.2. Objetivos.

3.1.2.1. Objetivo general.

Analizar la capacidad predictiva del capital social organizacional, el prestigio organizacional y la identificación organizacional en el modelo de empleabilidad y éxito de carrera percibidos por trabajadores de instituciones de educación superior.

3.1.2.2. Objetivos específicos.

- 1) Describir los niveles de capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores, en función de sus características sociodemográficas y laborales.
- 2) Examinar la relación entre los niveles de capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores.
- 3) Determinar la influencia de la edad, el género, el nivel educacional, el tipo de contrato y la posición directiva en la percepción de empleabilidad y éxito de carrera de los trabajadores.
- 4) Determinar la influencia de los niveles percibidos de capital social organizacional y prestigio organizacional en la percepción de empleabilidad y éxito de carrera de los trabajadores.

- 5) Examinar el rol moderador de la identificación organizacional en la relación entre empleabilidad percibida y el éxito de carrera percibidos por los trabajadores y sus variables predictoras capital social organizacional y prestigio organizacional.

3.1.3. Hipótesis.

Hipótesis 1: La edad, el género, el nivel educacional, el tipo de contrato y la posición directiva predicen los niveles de Empleabilidad y Éxito de carrera percibidos por los trabajadores de educación superior, existiendo una relación positiva entre ambas.

Hipótesis 2: El capital social organizacional y el prestigio organizacional predicen los niveles de empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores.

Hipótesis 3: La identificación organizacional modera la influencia de las variables capital social organizacional y prestigio organizacional sobre los niveles de empleabilidad y éxito de carrera percibidos por los trabajadores.

3.2. Método.

3.2.1. Diseño de investigación.

Se utilizó un diseño de investigación de carácter cuantitativo no experimental, dado que no se manipularon las variables; correlacional-causal, pues se midió el grado de asociación

entre las variables presentadas anteriormente; y transversal, dado que la medición se realizó en un solo momento (Hernández, Fernández-Collado & Baptista, 2010).

3.2.2. Resguardos éticos.

Esta investigación fue sometida a evaluación de estándares éticos del Comité de Ética y Bioética del Departamento de Psicología de la Universidad de Concepción, siendo aprobada por el mismo. Todos los participantes estuvieron en conocimiento de los objetivos de la investigación y de su carácter voluntario y confidencial y consintieron su participación en el estudio.



3.2.3. Participantes.

Se invitó a participar a 1.511 trabajadores académicos y no académicos de tres instituciones de educación superior de la Región del Biobío, lográndose la participación del 18,72% de funcionarios pertenecientes a dos de ellas.

Los participantes del estudio fueron 283 trabajadores pertenecientes a una universidad tradicional y un instituto profesional, ambas instituciones de educación superior con sedes en las ciudades de Concepción, Chillán y Los Ángeles.

Las edades de la muestra fluctúan entre los 22 y 86 años, con una media de 45,48 años y una desviación estándar de 11,844. Como se presenta en la Tabla 1, la mayoría son

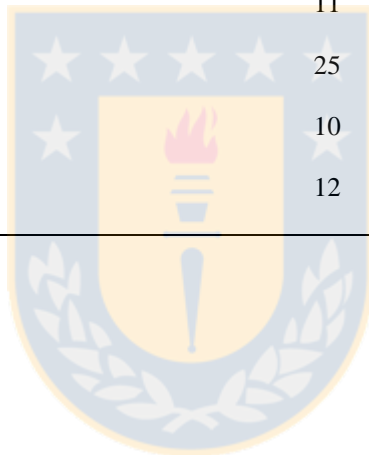
hombres (n=145), casados (n=168), con nivel educacional correspondiente a magíster (n=114), académicos (n=212), con contrato de trabajo indefinido (n=247) y carga laboral semanal de 44 horas (n=184).

Tabla 1. *Caracterización de la muestra.*

Variables sociodemográfica	N	%
<i>Institución de Educación Superior</i>		
Universidad tradicional	223	78,8
Instituto Profesional	60	21,2
<i>Género</i>		
Mujer	138	48,8
Hombre	145	51,2
<i>Estado civil</i>		
Casado(a)	168	59,4
Conviviente o pareja	13	4,6
Anulado(a)	5	1,8
Separado(a)	11	3,9
Divorciado(a)	17	6,0
Viudo(a)	4	1,4
Soltero(a)	65	23,0
<i>Nivel educacional</i>		
Educación Media Científico Humanista	7	2,5
Educación Media Técnico Profesional	13	4,6
Técnico de Nivel Superior	18	6,4
Profesional y/o licenciatura	31	11,0
Magíster	114	40,3
Doctorado	100	35,3
<i>Puesto de trabajo</i>		

Académico	212	74,9
No académico	71	25,1
<i>Tipo de contrato</i>		
Indefinido	247	87,3
Plazo fijo	28	9,9
Prestación de servicios	6	2,1
Otro	2	0,8
<i>Carga laboral semanal</i>		
45 horas	37	13,1
44 horas	184	65,0
33 horas	11	3,9
22 horas	25	8,8
11 horas	10	3,5
Otra	12	5,7

Fuente: Elaboración propia.



3.2.4. Instrumentos.

Capital social organizacional: para medir las tres dimensiones del capital social organizacional interno se utilizó como base el instrumento de encuesta diseñado por Leana y Pil (2006), el cual consta de tres sub-escalas de tipo Likert con seis ítems cada una (18 ítems en total), cuyos rangos de respuesta van desde 1 a 5, donde 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo. Las propiedades psicométricas de este estudio coinciden con los resultados reportados por los autores, obtenidos de una muestra de trabajadores de escuelas públicas estadounidenses. La consistencia interna de las sub-escalas se midió a través de la

prueba de Alfa de Cronbach, obteniéndose coeficientes superiores a α .84; la dimensión estructural presentó un coeficiente de α .84 (α .90 en estudio original); la dimensión relacional, un coeficiente de α .89 (α .88 en estudio original); y la dimensión cognitiva, un coeficiente de α .91 (α .93 en estudio original). La validez de constructo se evaluó mediante Análisis Factorial Confirmatorio, obteniéndose un modelo de segundo orden compuesto de tres factores.

Prestigio organizacional: se utilizó como base el instrumento desarrollado por Herrbach et al. (2004) adaptado de Mael y Ashforth (1992); una escala de tipo Likert que consta de seis ítems, cuyos rangos de respuesta van desde 1 a 5, donde 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo. Las propiedades psicométricas evaluadas en este estudio coinciden medianamente con los resultados reportados por dichos autores, en el que fueron evaluadas sobre una muestra de 801 gerentes franceses. La consistencia interna se midió a través de la prueba de Alfa de Cronbach, obteniéndose un coeficiente de α .77 (α .86 en estudio original). La validez de constructo se evaluó mediante Análisis Factorial Confirmatorio, obteniéndose un factor de segundo orden.

Identificación organizacional: se utilizó como base la escala de tipo Likert desarrollada por Smidts et al. (2001), la cual consta de 5 ítems que dan cuenta de los componentes cognitivo y afectivo de la identificación organizacional y sus rangos de respuesta van desde 1 a 5, donde 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo. Las propiedades psicométricas evaluadas en este estudio coinciden con los resultados reportados por los autores, evaluadas en una muestra de trabajadores de una organización de servicio al cliente europea. La consistencia interna se evaluó a través de la prueba de Alfa de Cronbach, obteniéndose un

coeficiente de α .88 (α .84 en estudio original). La validez de constructo se obtuvo mediante Análisis Factorial Confirmatorio, arrojando un solo factor.

Empleabilidad percibida: se utilizó como base la escala de tipo Likert desarrollada por Rothwell y Arnold (2007), la cual consta de 11 ítems que miden la empleabilidad interna (4 ítems) y externa (7 ítems), cuyos rangos de respuesta van de 1 a 5, donde 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo. Las propiedades psicométricas evaluadas en este estudio, coinciden medianamente con los resultados reportados por los autores, las cuales fueron evaluadas en una muestra de 200 trabajadores europeos del área de Recursos Humanos. La consistencia interna fue analizada a través del procedimiento de Alfa de Cronbach, obteniéndose un coeficiente de confiabilidad de α .81 (α .83 en estudio original) para la escala completa y coeficientes de α .65 para la dimensión empleabilidad interna y de α .84 para la dimensión empleabilidad externa. La validez de constructo fue evaluada a través de Análisis Factorial Confirmatorio, arrojando un modelo de segundo orden compuesto por dos factores.

Éxito de carrera subjetivo: se utilizó como base la escala de tipo Likert desarrollada por Rothwell y Arnold (2007) con base en las escalas de Greenhaus et al. (1990, en Rothwell & Arnold, 2007) y Nabi (1999, en Rothwell & Arnold, 2007). La escala consta de 8 ítems cuyos rangos de respuesta van desde 1 a 5, donde 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo. Las propiedades psicométricas evaluadas en este estudio, al igual que en el estudio realizado por los autores, dan cuenta de una consistencia interna de α .88, medida a través del procedimiento de Alfa de Cronbach. La dimensión satisfacción laboral presentó un coeficiente de α .46, mientras que la dimensión satisfacción de carrera, un coeficiente de

α .88. La validez de constructo fue evaluada a través de Análisis Factorial Confirmatorio, arrojando un modelo de segundo orden compuesto de dos factores.

3.2.5. Procedimiento.

En primer lugar, se desarrolló el proceso de traducción y adaptación de los instrumentos, en coherencia con las directrices propuestas por la Comisión Internacional de Test para la adaptación de test de unas culturas a otras (Muñiz, Elosua & Hambleton, 2013), considerando aquellas pertinentes a la naturaleza de esta investigación. Previamente, se solicitó autorización a los autores de los instrumentos originales para llevar a cabo la traducción y se solicitó la colaboración de expertos cualificados para asegurar la correcta adaptación lingüística, psicológica y cultural de los instrumentos (experto 1: Psicólogo laboral y organizacional, español nativo, con dominio avanzado del inglés; experto 2: traductor español nativo con dominio avanzado del inglés; experto 3: traductor inglés nativo con dominio intermedio del español).

En el desarrollo del proceso, se confirmó la equivalencia del constructo entre la cultura de origen de cada instrumento y la cultura chilena (experto 1), se tradujeron las escalas al español separadamente y con posterior consenso (experto 1 y experto 2) y luego se retradujeron las escalas al inglés (experto 3), confirmándose la conservación de los contenidos respecto a los instrumentos originales.

Posteriormente, el instrumento compuesto por un cuestionario sociodemográfico y las 5 escalas traducidas, fue sometido a evaluación del grado de comprensión de ítems e

instrucciones. Se realizaron entrevistas cognitivas presenciales y una aplicación piloto a través de la plataforma Google Forms, a 5 y 31 trabajadores de diversas instituciones de educación superior de la Región del Biobío, respectivamente, debiendo modificarse algunos ítems que se presentan en el Anexo 1.

En paralelo, se notificó a las autoridades pertinentes respecto a la aplicación del instrumento, a fin de transparentar sus objetivos y condiciones de desarrollo. De este modo, se invitó a trabajadores de las reparticiones o facultades de las cuales se obtuvo autorización, a través de distintos soportes tales como sobre cerrado y la Plataforma Survey Monkey. Para el primer caso, junto con el instrumento se hizo entrega del consentimiento informado completo, mientras que en el segundo, se presentó una versión reducida del mismo en la sección introductoria del cuestionario en línea. En ambos casos, este dio cuenta del objetivo de la investigación, el carácter de confidencialidad de la información a recabar y el tiempo aproximado que tomaría la aplicación individual del mismo, entre otros aspectos.

3.2.6. Análisis de datos.

Los datos recolectados fueron tabulados y procesados en el software estadístico SPSS v21, para realizar la mayoría de los análisis, diseñándose un libro de códigos a partir de las variables medidas en cada instrumento y creando nuevas variables, tales como la suma de los puntajes obtenidos por cada participante y sus respectivos rangos de edad, entre otras.

Para realizar los análisis factorial confirmatorio (AFC) y modelo de ecuaciones estructurales (SEM) se empleó el software estadístico R v3.4.1.

Para evaluar las propiedades psicométricas de los instrumentos traducidos, se realizó un análisis de confiabilidad mediante el procedimiento de Alpha de Cronbach, con el fin de obtener la consistencia interna de los ítems de las escalas y/o sub-escalas. Asimismo, se realizó un análisis factorial confirmatorio mediante el método de estimación de mínimos cuadrados ponderados, con el fin de evaluar la validez de constructo de cada variable. Los factores de los modelos se evaluaron mediante la combinación de índices de ajuste incremental absoluto, tales como índice de relación de chi-cuadrado a grados de libertad, error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), índice de ajuste comparativo (CFI), índice de Tucker-Lewis (TLI), índice de bondad de ajuste (GFI) y raíz residual media cuadrada (RMR) (Schreiber et al., 2006). Por otro lado, considerando que los datos fueron proporcionados a través del autoinforme de los participantes, se evaluó el sesgo de varianza del método común de los ítems que componen las escalas, a través del Test de Harman (Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003).

Para describir los niveles de capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo, reportadas por los participantes, se realizó un análisis estadístico descriptivo, obteniéndose la media, desviación estándar, moda, mínimo y máximo.

Para explorar las diferencias entre los niveles percibidos de capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo en los participantes, primero se realizaron pruebas de normalidad

mediante el procedimiento de Kolmogorov-Smirnov, para determinar si se analizaba los datos a través de pruebas paramétricas (prueba t para muestras independientes y ANOVA de un factor) o pruebas no paramétricas (U Mann-Whitney y Kruskal-Wallis).

Para explorar las relaciones entre los niveles percibidos de capital social organizacional, prestigio organizacional, identificación organizacional, empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo, se realizaron análisis de correlaciones bivariadas (coeficiente r de Pearson).

Para determinar la influencia de las variables laborales y sociodemográficas tradicionales (edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva) sobre las variables dependientes empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo, se realizó un análisis utilizando la técnica de modelo de ecuaciones estructurales. Posteriormente, se realizó un análisis de regresión lineal múltiple para determinar el porcentaje de varianza explicada de las relaciones que resultaron significativas.

Para determinar la influencia de las variables de percepción en torno a la organización - capital social organizacional y prestigio organizacional- sobre las variables dependientes empleabilidad percibida y éxito de carrera subjetivo, se realizó un análisis utilizando la técnica de modelo de ecuaciones estructurales. Posteriormente, se realizó un análisis de regresión lineal múltiple para determinar el porcentaje de varianza explicada de las relaciones que resultaron significativas.

Finalmente, para determinar la influencia moderadora de la variable identificación organizacional en la relación entre las variables predictoras capital social organizacional y

prestigio organizacional, y las variables dependientes descritas anteriormente, se realizó un análisis utilizando la técnica de regresión lineal múltiple multivariante.



4. Resultados.

4.1. Propiedades psicométricas de los instrumentos.

Para dar cuenta de la consistencia interna de cada instrumento, en la Tabla 2 se presentan los coeficientes Alfa de Cronbach obtenidos para cada una de las escalas y sus respectivas dimensiones.

La mayoría de los valores son aceptables, dado que se encuentran entre .70 y .90 (Campo-Arias & Oviedo, 2008). En particular, la variable Capital social organizacional y su dimensión Cognitiva, presentan coeficientes superiores a .90, lo que da cuenta de cierta redundancia entre sus respectivos ítems (Campo-Arias & Oviedo, 2008).

Por el contrario, las dimensiones Empleabilidad interna (α .659) y Satisfacción laboral (α .467) presentan coeficientes por debajo de lo aceptable (Campo-Arias & Oviedo, 2008), por lo que en análisis posteriores se interpretarán los resultados con cautela.

Tabla 2. *Coeficientes de consistencia interna de los instrumentos de Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.*

Instrumentos	Cantidad de ítems	Coficiente α de Cronbach
<i>Capital social organizacional (CSO)</i>	18	0,948
CSO estructural	6	0,841
CSO relacional	6	0,897

CSO cognitivo	6	0,915
<i>Prestigio organizacional (PO)</i>	6	0,776
<i>Identificación organizacional (IO)</i>	5	0,884
<i>Empleabilidad percibida (EP)</i>	11	0,819
Empleabilidad interna	4	0,659
Empleabilidad externa	7	0,845
<i>Éxito de carrera subjetivo (ECS)</i>	8	0,883
Satisfacción laboral	2	0,467
Satisfacción de carrera	8	0,888

Fuente: Elaboración propia.

Para dar cuenta de la validez de constructo de los instrumentos, en la Tabla 3 se presentan los índices de ajuste de cada modelo obtenidos mediante el método de estimación de mínimos cuadrados ponderados, la mayoría de los cuales presenta valores aceptables.

La literatura sugiere que los índices de Tucker–Lewis (TLI), de ajuste comparativo (CFI) y de bondad de ajuste (GFI) sean mayores o iguales a 0,95 y que la raíz residual media cuadrada (RMR) sea lo más cercana posible a 0 (Schreiber, Nora, Stage, Barlow, & King, 2006), situación que se cumple en todas las variables.

Por otro lado, se sugiere que el índice de relación de chi-cuadrado a grados de libertad (X^2/gl) sea menor o igual a 2 o 3 (Schreiber et al., 2006), situación que se cumple en la mayoría de las variables a excepción de Empleabilidad percibida.

Por el contrario, el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) debe ser menor que 0,06 (Schreiber et al., 2006), situación que no se cumple en ninguna de las variables analizadas.

Tabla 3. *Índices de ajuste de los modelos de Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.*

Variable	χ^2 /gl	p	RMR	GFI	RMSEA	TLI	CFI	PNFI
Capital social organizacional	1,0093	0,454	0,035	0,997	0,006	1,000	1,000	0,869
Prestigio organizacional	2,1155	0,032	0,032	0,997	0,063	0,996	0,998	0,531
Identificación organizacional	2,7328	0,018	0,027	1,000	0,078	0,999	1,000	0,500
Empleabilidad percibida	3,8331	0,000	0,073	0,985	1,000	0,974	0,980	0,743
Éxito de carrera subjetivo	2,2998	0,002	0,039	0,998	0,068	0,997	0,998	0,605

Fuente: Elaboración propia.

Para examinar el posible efecto de varianza del método común, se ejecutó un análisis factorial exploratorio mediante el método de extracción de factorización de 1 eje principal, obteniendo un 29,74% de la varianza explicada, resultado que da cuenta de la ausencia de este efecto (Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003).

4.2. Estadísticos descriptivos.

En la Tabla 4 se presentan los estadísticos descriptivos de cada escala. En el caso de la variable Capital social organizacional (CSO), cuyas sub-escalas constan de 6 indicadores cada una, se observa una media de 61,53, una desviación estándar de 12,18 y una moda de 65,00. Entre sus dimensiones, las medias con valores más bajos corresponden al Capital social estructural (20,22), mientras que las dimensiones Relacional y Cognitiva presentan valores similares entre sí.

Tabla 4. *Estadísticos descriptivos de las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.*

Variables	Media	DE	Mínimo	Máximo	Moda
Capital social organizacional	61,5300	12,17812	18,00	90,00	65,00
Estructural	20,2226	4,18075	6,00	30,00	21,00
Relacional	20,7067	4,51658	6,00	30,00	24,00
Cognitivo	20,6007	4,62566	6,00	30,00	24,00
Prestigio organizacional	26,2403	3,14071	12,00	30,00	30,00
Identificación organizacional	21,1378	3,38416	9,00	25,00	24,00
Empleabilidad percibida	41,0141	5,95906	22,00	55,00	40,00
Empleabilidad interna	14,6784	2,82199	4,00	20,00	15,00
Empleabilidad externa	26,3357	4,27972	12,00	35,00	25,00
Éxito de carrera subjetivo	30,9894	5,80198	8,00	40,00	32,00
Satisfacción laboral	8,3039	1,42404	2,00	10,00	8,00
Satisfacción de carrera	22,6855	4,84036	6,00	30,00	24,00

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Diferencias de grupos.

En la Tabla 5 se presentan los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, los cuales indican que sólo las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida presentan distribuciones normales y por tanto, debieron realizarse pruebas paramétricas para analizar si sus medias presentan diferencias. Las demás variables y dimensiones presentan distribuciones no normales, por lo que se analizaron a través de pruebas no paramétricas. En cuanto a las dimensiones del Capital social organizacional, las variables Prestigio organizacional e Identificación organizacional y la dimensión Satisfacción laboral, sus respectivos histogramas muestran un sesgo positivo, mientras que las variables Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Empleabilidad interna, Empleabilidad Externa y Satisfacción de carrera, muestran una tendencia hacia los niveles intermedios.

Por esta razón, los resultados de cada grupo de variables y dimensiones se presentan en apartados distintos.

Tabla 5. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo.

Variabes	Valor	Sig.
Capital social organizacional	1,203	,110
Estructural	1,568	,015
Relacional	1,509	,021
Cognitivo	1,851	,002
Prestigio organizacional	1,997	,001
Identificación organizacional	2,712	,000
Empleabilidad percibida	,941	,339
Empleabilidad interna	1,803	,003
Empleabilidad externa	1,447	,030
Éxito de carrera subjetivo	1,744	,005
Satisfacción laboral	3,483	,000
Satisfacción de carrera	1,714	,006

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1. Pruebas de diferencias de grupos para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida.

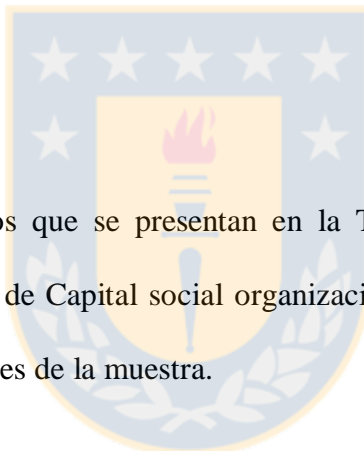
En la Tabla 6 se presentan los resultados de la prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según institución, los cuales indican que existen diferencias significativas entre los niveles de CSO que perciben los trabajadores de ambas instituciones, siendo mayor en el Instituto Profesional.

No se presentan diferencias significativas en torno a la Empleabilidad que perciben los trabajadores de ambas instituciones.

Tabla 6. *Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según institución.*

Variables	Institución				t	g.l.	Sig.
	Universidad		Instituto Profesional				
	Media	DE	Media	DE			
Capital social organizacional	60,2377	12,23501	66,3333	10,76193	-3,510	281	,001
Empleabilidad percibida	40,8520	6,14909	41,6167	5,19482	-,882	281	,379

Fuente: Elaboración propia.



De acuerdo a los resultados que se presentan en la Tabla 7, no existen diferencias significativas en la percepción de Capital social organizacional y Empleabilidad percibida que presentan hombres y mujeres de la muestra.

Tabla 7. *Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según género.*

Variables	Género				t	g.l.	Sig.
	Mujer		Hombre				
	Media	DE	Media	DE			
Capital social organizacional	60,4565	12,94182	62,5517	11,35472	-1,450	281	,148
Empleabilidad percibida	40,7899	6,18150	41,2276	5,75271	-,617	281	,538

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, no existen diferencias significativas en la percepción de Capital social organizacional y Empleabilidad percibida que presentan académicos y no académicos de la muestra (Tabla 8).

Tabla 8. *Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según estamento.*

Variables	Estamento				t	g.l.	Sig.
	Académico		No académico				
	Media	DE	Media	DE			
Capital social organizacional	61,2123	12,38931	62,4789	11,55714	-,758	281	,449
Empleabilidad percibida	41,0943	6,18058	40,7746	5,27581	,391	281	,696

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, existen diferencias significativas en los niveles de Capital social organizacional percibidos por quienes desempeñan cargos directivos y quienes no, siendo mayor la media en los primeros (Tabla 9). Por el contrario, no se presentan diferencias significativas en torno a la Empleabilidad percibida según la posición directiva de los trabajadores.

Tabla 9. *Prueba T de Student para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según posición directiva.*

Variables	Posición directiva				t	g.l.	Sig.
	Sí		No				
	Media	DE	Media	DE			
Capital social organizacional	66,4464	11,45254	60,3172	12,06934	3,437	281	,001
Empleabilidad percibida	42,2857	6,02937	40,7004	5,91295	1,790	281	,075

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, como se presenta en la Tabla 10, sólo se observan diferencias significativas en la percepción de Capital social organizacional, considerando el tipo de contrato de los trabajadores. Estas diferencias se generan particularmente entre quienes tienen contrato indefinido y quienes tienen contrato a plazo fijo, siendo mayor la media en los primeros.

Tabla 10. *Prueba ANOVA para las variables Capital social organizacional y Empleabilidad percibida según rango de edad, nivel educacional y tipo de contrato.*

Variables	Rango de edad		Nivel educacional		Tipo de Contrato	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
	Capital social organizacional	1,877	,085	,392	,854	2,457
Empleabilidad percibida	1,755	,109	,579	,716	1,181	,319

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Pruebas de diferencias de grupos para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera.

En la Tabla 11 se presentan los resultados de la prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según institución. Estos indican que existen diferencias significativas entre los niveles de Capital social organizacional estructural, relacional y cognitivo que perciben los trabajadores de ambas instituciones, siendo mayor en el Instituto Profesional.

No se presentan diferencias significativas en torno a la percepción de Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Éxito de carrera subjetivo, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, entre los trabajadores de ambas instituciones.

Tabla 11. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según institución.

Variables	Institución					
	UdeC		IPVG		Valor	Sig.
	N	Rango promedio	N	Rango promedio		
Estructural	223	135,24	60	167,13	5182,000	,007
Relacional	223	135,65	60	165,59	5274,500	,012
Cognitivo	223	132,53	60	177,18	4579,000	,000
Prestigio organizacional	223	145,06	60	130,64	6008,500	,222
Identificación organizacional	223	144,77	60	131,70	6072,000	,268
Empleabilidad interna	223	140,95	60	145,89	6456,500	,676
Empleabilidad externa	223	140,39	60	147,98	6331,000	,522
Éxito de carrera subjetivo	223	140,07	60	149,19	6258,500	,442
Satisfacción laboral	223	141,53	60	143,76	6584,500	,846
Satisfacción de carrera	223	140,08	60	149,13	6262,500	,446

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados que se presentan en la Tabla 12, sólo existen diferencias significativas en la percepción de Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo según sexo, siendo mayor la media que presentan los hombres de la muestra.

Tabla 12. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según género.

Variables	Género					
	Mujer		Hombre		Valor	Sig.
	N	Rango promedio	N	Rango promedio		
Estructural	138	134,84	145	148,82	9016,500	,150
Relacional	138	133,18	145	150,40	8787,500	,076
Cognitivo	138	140,55	145	143,38	9805,500	,771
Prestigio organizacional	138	141,55	145	142,43	9943,000	,928
Identificación organizacional	138	131,95	145	151,56	8618,500	,042
Empleabilidad interna	138	134,30	145	149,33	8942,500	,120
Empleabilidad externa	138	144,13	145	139,97	9711,000	,668
Éxito de carrera subjetivo	138	132,18	145	151,34	8650,500	,048
Satisfacción laboral	138	135,99	145	147,72	9176,000	,212
Satisfacción de carrera	138	132,81	145	150,75	8736,500	,064

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, sólo existen diferencias significativas en la percepción de Éxito de carrera subjetivo y Satisfacción de carrera que presentan académicos y no académicos, siendo, en ambos casos, mayor la media que presentan los trabajadores académicos de la muestra (Tabla 13).

Tabla 13. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según estamento.

Variables	Estamento					
	Académico		No académico		Valor	Sig.
	N	Rango promedio	N	Rango promedio		
Estructural	212	139,91	71	148,25	7082,000	,455
Relacional	212	141,86	71	142,43	7495,500	,959
Cognitivo	212	141,32	71	144,04	7381,500	,808
Prestigio organizacional	212	143,21	71	138,37	7268,500	,664
Identificación organizacional	212	147,22	71	126,40	6418,500	,061
Empleabilidad interna	212	144,90	71	133,35	6911,500	,300
Empleabilidad externa	212	142,66	71	140,04	7387,000	,815
Éxito de carrera subjetivo	212	150,35	71	117,06	5755,500	,003
Satisfacción laboral	212	146,20	71	129,47	6636,500	,123
Satisfacción de carrera	212	150,83	71	115,64	5654,500	,002

Fuente: Elaboración propia.

Como se presenta en la Tabla 14, existen diferencias significativas en la mayoría de las variables y dimensiones, a excepción de Prestigio organizacional y Empleabilidad externa, siendo mayores las medias de quienes desempeñan cargos directivos.

Tabla 14. Prueba de U Mann-Whitney para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según posición directiva.

Variables	Posición directiva					
	Sí		No		Valor	Sig.
	N	Rango promedio	N	Rango promedio		
Estructural	56	173,28	227	134,28	4604,500	,001
Relacional	56	174,70	227	133,93	4525,000	,001
Cognitivo	56	168,79	227	135,39	4855,500	,006
Prestigio organizacional	56	150,52	227	139,90	5879,000	,380
Identificación organizacional	56	170,10	227	135,07	4782,500	,004
Empleabilidad interna	56	175,06	227	133,84	4504,500	,001
Empleabilidad externa	56	148,03	227	140,51	6018,500	,537
Éxito de carrera subjetivo	56	180,15	227	132,59	4219,500	,000
Satisfacción laboral	56	166,91	227	135,85	4961,000	,008
Satisfacción de carrera	56	179,00	227	132,87	4284,000	,000

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 15 es posible observar una amplia gama de diferencias significativas. Ahora bien, considerando el rango de edad de los participantes, aún cuando no es posible identificar tendencias claras, la percepción de los participantes que tienen entre 60 y 69 es significativamente mayor respecto a los más jóvenes en todas las variables medidas. En

particular, el grado de Identificación organizacional aumenta gradualmente hasta los 70-79 años, disminuyendo en los 80-89 años.

En relación al nivel educacional, se evidencian diferencias significativas en la percepción de Éxito de carrera subjetivo y de Satisfacción de carrera que presentan los trabajadores con grado académico de doctor, versus todas las demás categorías (educación media, técnica de nivel superior, profesional y/o licenciatura y magíster), mientras que su percepción de Identificación organizacional es significativamente más alta respecto a la mayoría de las categorías, a excepción de los trabajadores con grado académico de magíster. Asimismo, es mayor el grado de Prestigio organizacional que perciben en relación a los trabajadores con título de enseñanza media científico humanista y título profesional y/o licenciatura. Por el contrario, los trabajadores con título técnico de nivel superior perciben una Identificación organizacional significativamente más baja que los trabajadores con título técnico de nivel medio y aquellos con grado académico de magíster, mientras que los trabajadores con título de educación media científico humanista, perciben un menor Prestigio organizacional que aquellos con título de educación media técnico profesional y grado académico de magíster. Es importante mencionar también que los trabajadores con grado académico de magíster perciben un Prestigio organizacional más alto que aquellos trabajadores con título profesional y/o licenciatura.

Finalmente, considerando el tipo de contrato, los trabajadores con contrato indefinido perciben significativamente mayores niveles de Identificación Organizacional, Éxito de carrera subjetivo, Empleabilidad interna y Capital social organizacional estructural y relacional, en comparación con aquellos que tienen contrato a plazo fijo. Por otro lado, los

trabajadores con contrato de prestación de servicios presentan mayores niveles de Éxito de carrera subjetivo en relación a aquellos con contrato a plazo fijo.

Tabla 15. *Prueba Kruskal Wallis para las variables Prestigio organizacional, Identificación organizacional y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera, según rango de edad, nivel educacional y tipo de contrato.*

Variables	Rango de edad			Nivel educacional			Tipo de Contrato		
	Valor	Gl	Sig.	Valor	gl	Sig.	Valor	gl	Sig.
Estructural	13,320	6	,038	1,655	5	,895	9,820	4	,044
Relacional	7,934	6	,243	2,997	5	,700	10,146	4	,038
Cognitivo	11,202	6	,082	3,162	5	,675	8,791	4	,067
Prestigio organizacional	13,511	6	,036	14,432	5	,013	2,187	4	,701
Identificación organizacional	17,497	6	,008	16,084	5	,007	11,544	4	,021
Empleabilidad interna	16,840	6	,010	4,817	5	,439	10,915	4	,028
Empleabilidad externa	5,885	6	,436	3,407	5	,638	3,892	4	,421
Éxito de carrera subjetivo	19,427	6	,004	17,816	5	,003	10,010	4	,040
Satisfacción laboral	27,156	6	,000	4,959	5	,421	8,681	4	,070
Satisfacción de carrera	14,670	6	,023	19,372	5	,002	9,338	4	,053

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Relaciones bivariadas.

Tras inspeccionar la presencia de relaciones lineales entre todas las variables y dimensiones medidas, mediante gráficos de dispersión, la Tabla 16 presenta los coeficientes de correlación de Pearson obtenidos. Se evidencian correlaciones positivas y significativas entre la mayoría de las variables y dimensiones, a excepción de las relaciones Capital social organizacional – Prestigio organizacional y Capital social organizacional estructural – Empleabilidad externa.

Las correlaciones más altas se observan entre cada variable y sus respectivas dimensiones, así como entre cada dimensión del Capital social organizacional.



Tabla 16. *Coefficientes de correlación de Pearson para las variables Capital social organizacional, Prestigio organizacional, Identificación organizacional, Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones Estructural, Relacional, Cognitiva, Empleabilidad interna, Empleabilidad externa, Satisfacción laboral y Satisfacción de carrera.*

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Capital social organizacional	1	,921**	,934**	,889**	,405	,559**	,356**	,505**	,162**	,436**	,331**	,426**
2. Estructural		1	,838**	,701**	,313**	,461**	,273**	,443**	,088	,370**	,253**	,369**
3. Relacional			1	,724**	,356**	,503**	,318**	,456**	,142*	,376**	,260**	,374**
4. Cognitivo				1	,437**	,565**	,380**	,485**	,209**	,447**	,388**	,422**
5. Prestigio organizacional					1	,502**	,305**	,319**	,215**	,343**	,326**	,315**
6. Identificación organizacional						1	,418**	,546**	,222**	,552**	,564**	,496**
7. Empleabilidad percibida							1	,748**	,899**	,410**	,451**	,359**
8. Empleabilidad interna								1	,382**	,466**	,421**	,434**
9. Empleabilidad externa									1	,263**	,350**	,213**
10. Éxito de carrera subjetivo										1	,742**	,980**
11. Satisfacción laboral											1	,595**
12. Satisfacción de carrera												1

*p <0,01; **p <0,05.

Fuente:

Elaboración

propia

4.5. Pruebas de hipótesis.

La Tabla 17 presenta los resultados del contraste del modelo estructural en el cual las variables sociodemográficas y laborales predicen la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo (figura 3).

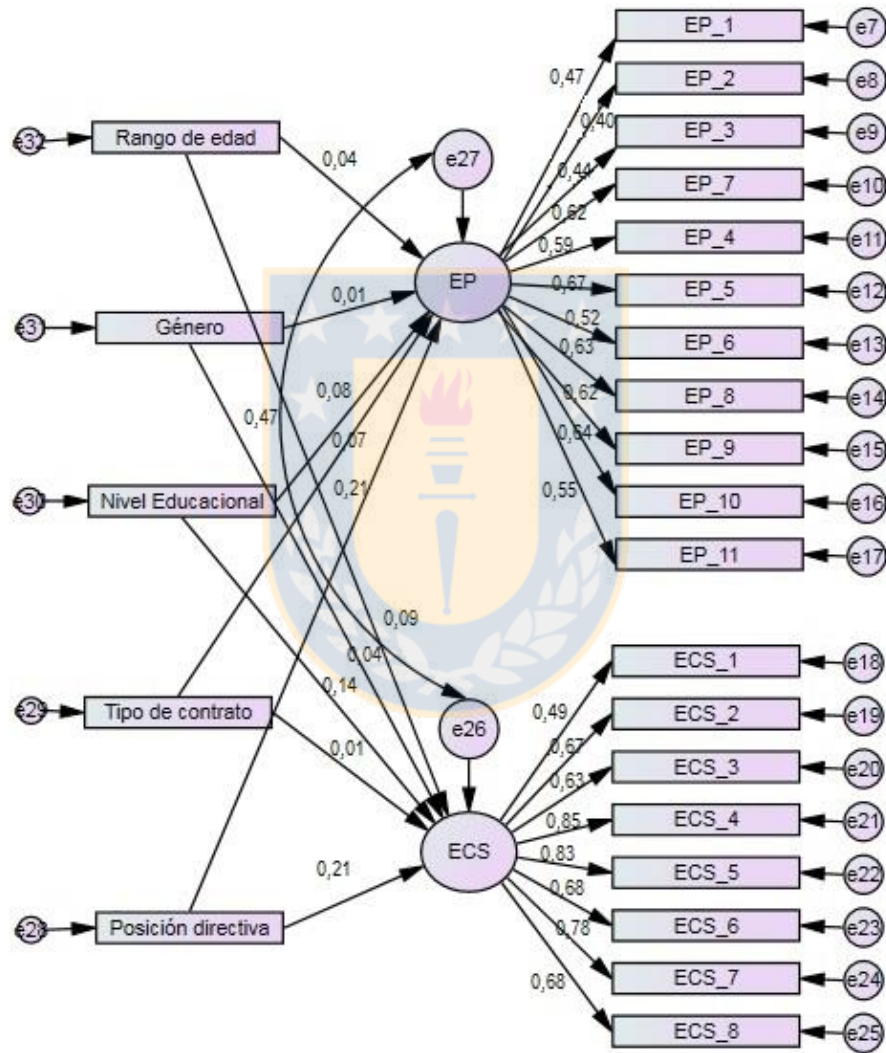


Figura 3. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras edad, género, nivel educativo, tipo de contrato y posición directiva.

Considerando los parámetros de interpretación descritos en apartados anteriores (Índice de Tucker-Lewis TLI $\geq 0,95$; índice de ajuste comparativo CFI $\geq 0,95$; índice de bondad de ajuste GFI $\geq 0,95$; índice de raíz residual media cuadrada RMR cercana a 0; índice de relación de chi-cuadrado a grados de libertad $X^2/gl \leq 2$ o 3; índice de error cuadrático medio de aproximación RMSEA $\leq 0,06$; índice de raíz residual media cuadrada estandarizada SRMR $\leq 0,08$ según Schreiber et al., 2006), la mayoría de los valores de ajuste del modelo general son levemente aceptables (CFI, GFI, TLI, RMSEA), mientras que los valores de RMR y SRMR son aceptables. Al estimar los coeficientes de regresiones del modelo, se observa que sólo las variables nivel educacional ($p = 0,026$) y posición directiva ($p = 0,0000$) resultan significativas para predecir el Éxito de carrera subjetivo, pero no la Empleabilidad percibida.

Tabla 17. *Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras rango de edad, género, nivel educacional, tipo de contrato y posición directiva*

Modelo	χ^2/gl	p	CFI	GFI	TLI	RMSEA	RMR	SRMR
Variables sociodemográficas y laborales → EP, ECS	2.089	0.000	0.917	0.938	0.907	0.064	0.084	0.095

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 18 presenta los resultados de la regresión lineal múltiple entre el Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras nivel educacional y posición directiva, las cuales explican el 6,6% de su varianza. Estos resultados permiten comprobar parcialmente la Hipótesis 1.

Tabla 18. *Regresión lineal múltiple entre Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras nivel educacional y posición directiva*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Sig.
	B	E.E.	Beta		
	Nivel educacional	,661	,274		
Posición directiva	-3,033	,847	-,209	-3,580	,000

R cuadrado corregida = 0,066

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 19 presenta los resultados del contraste del modelo estructural de la relación entre la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional estructural, relacional y cognitivo y Prestigio organizacional (figura 4).

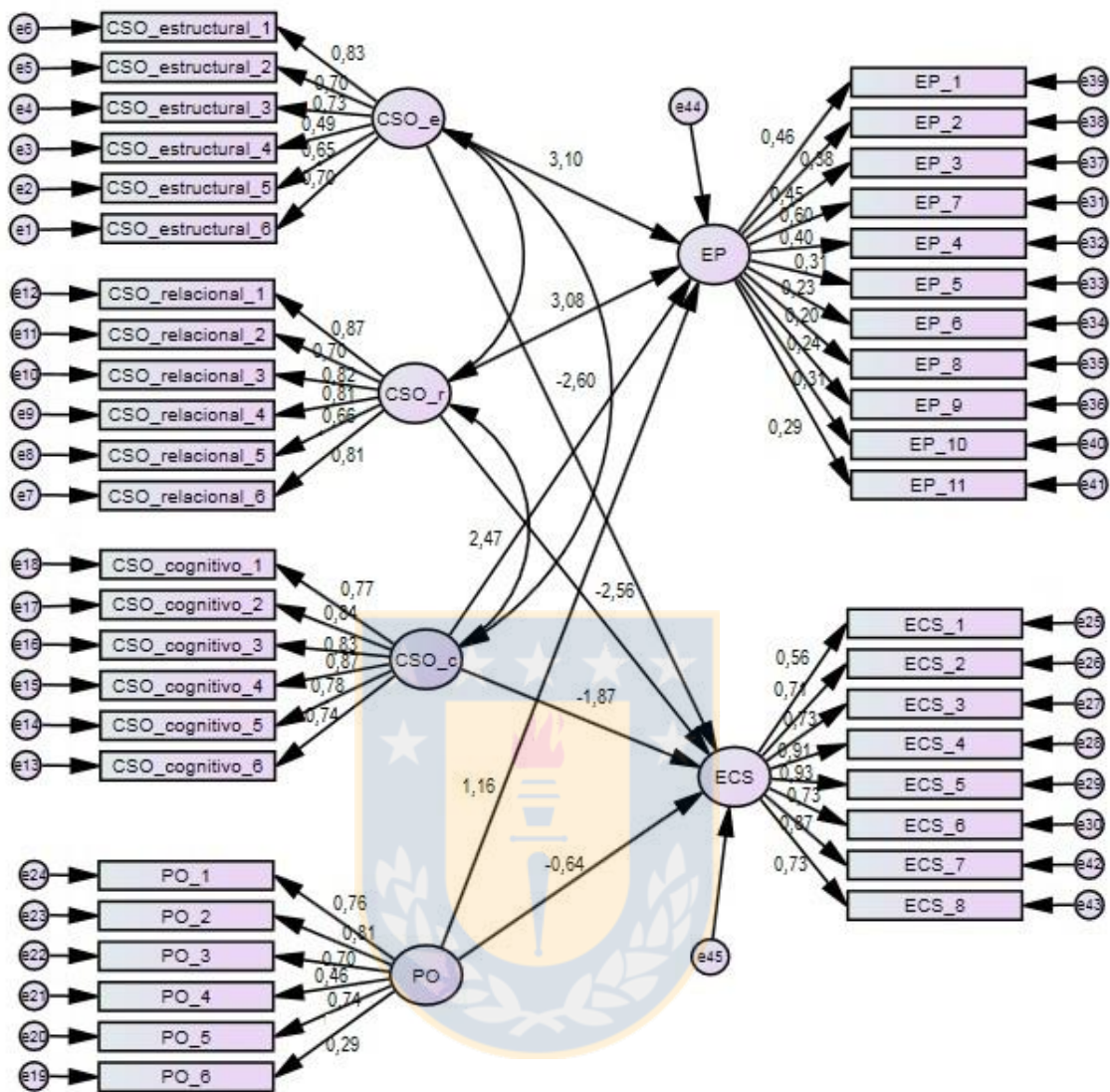


Figura 4. Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida (EP) y Éxito de carrera subjetivo (ECS) y sus variables predictoras Capital social organizacional (CSO) y Prestigio organizacional (PO)

El modelo presenta valores aceptables en la mayoría de los índices (X^2/gl , GFI, TLI, CFI, RMR), mientras que los índices RMSEA y SRMR son levemente más altos de lo

recomendado. Los coeficientes de regresiones muestran que las tres dimensiones de la variable Capital social organizacional (Estructural: $p = 0,0030$; Relacional: $p = 0,0030$; Cognitivo: $p = 0,0020$) y la variable Prestigio organizacional ($p = 0,0020$) resultan significativas para predecir la Empleabilidad percibida. Por otro lado, sólo las dimensiones del Capital social organizacional (Estructural: $p = 0,0160$; Relacional: $p = 0,0160$; Cognitivo: $p = 0,0210$) predicen el Éxito de carrera subjetivo. Estos resultados permiten aceptar parcialmente la Hipótesis 2.

Tabla 19. *Modelo estructural de la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional*

Modelo	χ^2 /gl	P	CFI	GFI	TLI	RMSEA	RMR	SRMR
CSOe, CSOr, CSOc, PO → EP, ECS	2,0754	0.000	0.972	0.991	0.970	0.062	0.066	0.083

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 20 presenta los resultados de la regresión lineal múltiple entre la Empleabilidad percibida y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional. En particular, la dimensión cognitiva del Capital social organizacional y el Prestigio organizacional explican el 16% de la varianza de empleabilidad percibida.

Tabla 20. *Regresión lineal múltiple entre Empleabilidad percibida y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	E.E.	Beta		
Capital social organizacional estructural	-,101	,147	-,071	-,686	,493
Capital social organizacional relacional	,166	,141	,126	1,174	,241
Capital social organizacional cognitivo	,342	,110	,266	3,118	,002
Prestigio organizacional	,316	,115	,167	2,739	,007

R cuadrado corregida = 0,16

Fuente: Elaboración propia.



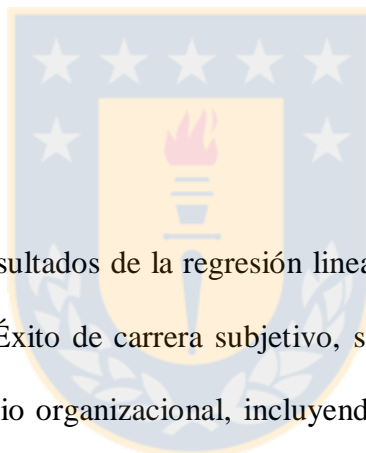
La Tabla 21 presenta los resultados de la regresión lineal múltiple entre el Éxito de carrera subjetivo y las dimensiones del Capital social organizacional como variables predictoras. En particular, la dimensión cognitiva del Capital social organizacional explica el 19,9% de su varianza.

Tabla 21. *Regresión lineal múltiple entre Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional*

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	E.E.	Beta		
Capital social organizacional estructural	,100	,140	,072	,713	,476
Capital social organizacional relacional	,076	,134	,060	,570	,569
Capital social organizacional cognitivo	,443	,100	,354	4,427	,000

R cuadrado corregida = 0,199

Fuente: Elaboración propia.



La Tabla 22 presenta los resultados de la regresión lineal múltiple multivariada entre la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo, sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional, incluyendo el efecto de interacción de la variable Identificación organizacional. En este modelo en particular se observa que sólo el Capital social organizacional estructural predice el Éxito de carrera subjetivo, mientras que la Identificación organizacional tiene un efecto de moderación en esta relación. Por otro lado, sólo el Capital social organizacional cognitivo predice la Empleabilidad percibida y a su vez, esta relación es moderada por la Identificación organizacional. El modelo explica el 23% de la varianza de la Empleabilidad percibida y el 35% de la varianza del Éxito de carrera subjetivo. Estos resultados permiten aceptar parcialmente la Hipótesis 3.

Tabla 22. Regresión lineal múltiple multivariada entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional, con efecto de moderación de la variable Identificación organizacional.

Origen	Variable dependiente	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Sig.
CSO estructural	EP	26,563	1	26,563	,975	,324
	ECS	128,465	1	128,465	5,903	,016
CSO relacional	EP	99,779	1	99,779	3,662	,057
	ECS	55,559	1	55,559	2,553	,111
CSO cognitivo	EP	211,388	1	211,388	7,758	,006
	ECS	14,910	1	14,910	,685	,409
PO	EP	7,486	1	7,486	,275	,601
	ECS	21,036	1	21,036	,967	,326
CSO estructural x IO	EP	18,394	1	18,394	,675	,412
	ECS	146,722	1	146,722	6,742	,010
CSO relacional x IO	EP	94,100	1	94,100	3,454	,064
	ECS	60,131	1	60,131	2,763	,098
CSO cognitivo x IO	EP	285,396	1	285,396	10,474	,001
	ECS	32,815	1	32,815	1,508	,221
PO x IO	EP	2,072	1	2,072	,076	,783
	ECS	16,174	1	16,174	,743	,389

EP R cuadrado corregida = 0,233

ECS R cuadrado corregida = 0,353

Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión y conclusiones.

El propósito de esta investigación fue examinar un modelo predictivo de la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo en trabajadores del área educacional en el contexto chileno, a partir de tres variables de percepción en torno a la organización: Capital social organizacional, Prestigio organizacional e Identificación organizacional.

Primero, se indagó las diferencias en la percepción en las variables y dimensiones medidas, según características sociodemográficas y laborales de los participantes

Las diferencias en torno al Capital social organizacional, se generan fundamentalmente por la institución en la cual se trabaja, así como por la posición directiva y el tipo de contrato del trabajador. En particular, los trabajadores del Instituto Profesional perciben mayores niveles de Capital social organizacional que los trabajadores de la Universidad tradicional. Ambas organizaciones difieren considerablemente en tamaño, siendo más grande y estructuralmente compleja esta última. Se ha evidenciado que existe una relación negativa entre el tamaño de la organización y el capital social percibido en ellas, lo que podría explicarse por las interacciones sociales menos frecuentes y significativas que se producen en organizaciones de mayor tamaño (Andrews, 2017). Asimismo, los trabajadores que desempeñan cargos directivos percibieron significativamente mayores niveles de Capital social organizacional, resultado que coincide con los hallazgos reportados por Andrews (2017). En su investigación este autor encontró que funcionarios públicos que pertenecen al nivel jerárquico superior de la organización, perciben mayores niveles de capital social, lo que podría explicarse por su tendencia a tener una visión más positiva sobre esta. Por último, se encontró que los trabajadores que tienen contrato indefinido con

la institución, perciben mayores niveles de Capital social organizacional. No se encontraron hallazgos previos al respecto.

En términos generales, el Prestigio organizacional no varía significativamente entre los participantes, salvo cuando se considera el nivel educacional, puesto que los trabajadores graduados de enseñanza media técnico profesional perciben mayores niveles que aquellos graduados de enseñanza media de carácter científico humanista. No se encontraron hallazgos previos al respecto.

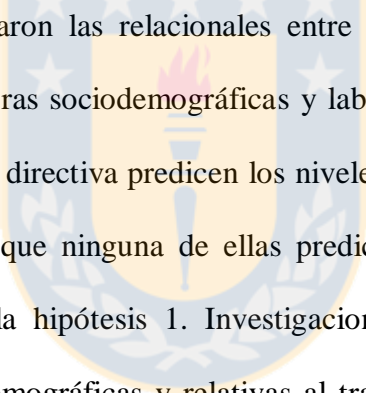
En cuanto a la Identificación organizacional, las diferencias entre los participantes se generan en torno a la edad, la posición directiva, el género, el tipo de contrato y el nivel educacional. Los trabajadores de mayor edad perciben mayores niveles de Identificación organizacional, hallazgo que coincide con los resultados de la investigación desarrollada por Li, Fan y Zhao (2015) con profesores del sistema educacional chino y contrasta con los del estudio de Zhang y Chao C (2013), desarrollado con trabajadores chinos del área de las telecomunicaciones. Asimismo, los trabajadores hombres y aquellos que desempeñan cargos directivos perciben mayores niveles de Identificación organizacional, resultados similares a la investigación de O'Neill y Gaither (2007) desarrollada con trabajadores farmacéuticos estadounidenses. Por último, los trabajadores que tienen contrato indefinido con la institución y aquellos que tienen grado académico de doctor, perciben mayores niveles de Identificación organizacional. No se encontraron hallazgos previos al respecto, no obstante, estos resultados son esperados dado que las personas con más alto grado académico son fundamentales académicos, quienes tienden a desarrollar su carrera profesional en instituciones de educación y a permanecer en ellas.

En términos generales, la Empleabilidad percibida tampoco varía significativamente entre los participantes, a excepción de su dimensión Empleabilidad interna cuando se considera la posición directiva y el tipo de contrato. En la investigación de Sersic y Tomas (2014) desarrollada con trabajadores croatas de variadas características sociodemográficas y laborales, quienes desempeñan cargos directivos perciben mayores niveles de Empleabilidad. En la investigación de Kirves et al. (2014) desarrollada con profesores e investigadores universitarios, aquellos que tienen una relación contractual permanente con la organización, se consideran más empleables que los trabajadores temporales.

Finalmente, el Éxito de carrera subjetivo varía significativamente en función del género, el estamento, la posición directiva, el nivel educacional y el tipo de contrato de los trabajadores de la muestra, dado que es mayor en trabajadores hombres, académicos, directivos y con grado académico de doctor, mientras que los trabajadores a plazo fijo perciben menores niveles que los trabajadores con contrato indefinido y prestación de servicios. Los hallazgos reportados por otras investigaciones avalan algunos de estos resultados; Ngo, Foley, Ji y Loi (2014) encontraron que la masculinidad, en cuanto rol social, está más asociada que la feminidad a la satisfacción laboral y a la satisfacción de carrera que perciben trabajadores de diferentes compañías chinas, de las áreas de servicios y de manufactura. Por otro lado, Sersic y Tomas (2014) encontraron que el nivel educacional y la posición directiva correlacionan positivamente con el Éxito de carrera que perciben trabajadores croatas de diversas áreas.

En segundo lugar, se examinaron las relaciones bivariadas entre los niveles de cada una de las variables y dimensiones medidas, encontrándose que en general todas correlacionan positiva y significativamente entre sí y en particular, la Empleabilidad percibida y el Éxito

de carrera subjetivo. Este resultado coincide con la evidencia presentada en investigaciones previas (p.e. De Vos, De Hauw & Van der Heijden, 2011; Sersic y Tomas, 2014). La relación entre Capital social organizacional y Prestigio organizacional resultó ser no significativa, al igual que Capital social organizacional estructural y Empleabilidad externa. En ambos casos, la medida de Capital social organizacional utilizada apunta a su naturaleza interna, mientras que el Prestigio organizacional se asocia al grado en que se percibe que la organización tiene una buena reputación y es bien considerada desde afuera (Hausknecht, Rodda & Howard, 2009) y la Empleabilidad externa apunta a factores externos asociados al mercado laboral (Rothwell, Herbert & Rothwell, 2008).



En tercer lugar, se examinaron las relaciones entre las variables dependientes del estudio y las variables predictoras sociodemográficas y laborales. Se encontró que sólo el nivel educacional y la posición directiva predicen los niveles de Éxito de carrera subjetivo de los participantes, mientras que ninguna de ellas predice la Empleabilidad percibida, comprobándose parcialmente la hipótesis 1. Investigaciones previas han examinado la influencia de variables sociodemográficas y relativas al trabajo sobre el Éxito de carrera subjetivo, proporcionando resultados que respaldan estos hallazgos. Por ejemplo, Sersic y Tomas (2014) encontraron que el nivel educacional y la posición directiva predicen el Éxito de carrera subjetivo de diversos trabajadores croatas. Asimismo, los resultados del meta análisis desarrollado por Ng et al. (2005) evidencian que el nivel educacional predice la Satisfacción de carrera. En contraste, en la investigación de Sersic y Tomas (2014) también se encontró que variables sociodemográficas y laborales, tales como el género, la edad y la posición directiva, predicen la Empleabilidad percibida.

En cuarto lugar, se examinó la relación entre la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio Organizacional (hipótesis 2). Se encontró que las dimensiones estructural, relacional y cognitiva del Capital social organizacional, así como el Prestigio organizacional, predicen la Empleabilidad percibida, mientras que sólo las dimensiones del Capital social organizacional predicen el Éxito de carrera subjetivo. Investigaciones previas proporcionan evidencias que avalan estos resultados. Por ejemplo, Direnzo, Greenhaus y Weer (2015), constataron que el capital social individual aumenta los niveles de empleabilidad percibida en trabajadores estadounidenses que tienen grado académico de bachelor o mayor. Asimismo, Rothwell, Herbert y Rothwell (2008) encontraron que el prestigio externo percibido por estudiantes universitarios del Reino Unido predice sus niveles de empleabilidad percibida. Por otro lado, Chen (2011) encontró que el capital social individual de profesionales del área de las relaciones públicas en Taiwán, medido como red social y confianza social, predice su éxito de carrera subjetivo, medido como satisfacción laboral y satisfacción de carrera.

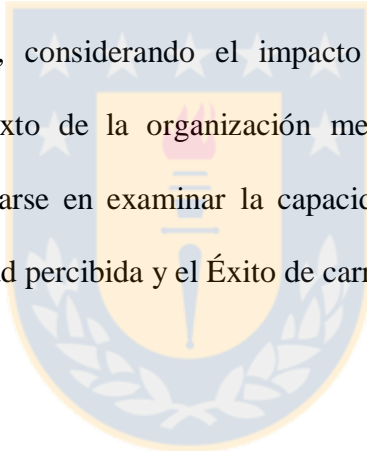
Finalmente, se examinó el efecto moderador de la Identificación organizacional en la relación entre Empleabilidad percibida y Éxito de carrera subjetivo y sus variables predictoras Capital social organizacional y Prestigio organizacional (hipótesis 3), encontrándose que esta modera la relación entre Capital social organizacional estructural y Éxito de carrera subjetivo, así como la relación entre Capital social organizacional cognitivo y Empleabilidad percibida. Al respecto, investigaciones proporciona evidencia acerca del impacto de la Identificación organizacional en la Satisfacción laboral de los trabajadores (p. e. Shen et al., 2014; Topa & Morales, 2007).

En términos generales, esta investigación contribuye a la literatura laboral y organizacional proporcionando hallazgos sobre el impacto de variables subjetivas en torno a la organización, en otras de carácter individual que cobran gran relevancia dado el contexto laboral chileno de alta demanda por la gestión activa de las carreras y que tradicionalmente han sido explicadas a partir de características sociodemográficas, laborales y de diferencias individuales (p. e. Kirves, 2014; Sersic & Tomas, 2014).

En particular, se evidencia el impacto positivo del Capital social organizacional y de la Identificación organizacional en la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo en trabajadores de educación superior, entendiendo que la primera se refiere a sus posibilidades para adquirir y mantener un empleo (Kirves, 2014) y la segunda, a la evaluación de su propio éxito a partir de logros personales y posibilidades futuras (De Vos et al., 2011). En términos prácticos, las organizaciones debieran centrar su atención en promover el intercambio de información, la visión valórica común y el sentido de pertenencia entre sus trabajadores, en el entendido que estas dimensiones generan condiciones para mejorar su percepción en cuanto a sus propias competencias y logros. Asimismo, esta investigación contribuye a valorar el Prestigio organizacional como variable capaz de explicar una proporción de la Empleabilidad que perciben los trabajadores.

Es importante considerar que esta investigación tiene algunas limitaciones. Primero, el estudio se centró exclusivamente en trabajadores de educación superior, una población compleja en términos de acceso, lo que dificultó la posibilidad de abarcar diversas instituciones y realizar un muestreo probabilístico estratificado. Futuras investigaciones debieran trabajar sobre una población de trabajadores de organizaciones de diversas áreas

del sector servicios, resguardando abarcar una mayor variedad de contextos organizacionales. Segundo, si bien los instrumentos originales seleccionados constan de propiedades psicométricas aceptables, dada la baja consistencia interna que presentaron las escalas traducidas y adaptadas de las dimensiones Satisfacción laboral y Empleabilidad interna, futuras investigaciones debieran adaptar culturalmente otros instrumentos o diseñar nuevas escalas para medir la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo. Tercero, considerando la baja proporción de participación y a fin de resguardar un tamaño de muestra mayor, futuras investigaciones debieran considerar una mayor cantidad de potenciales participantes a través de encuestas en línea o bien, aplicar los instrumentos de forma presencial. Finalmente, considerando el impacto positivo de las variables de percepción en torno al contexto de la organización medidas en este estudio, futuras investigaciones debieran centrarse en examinar la capacidad explicativa de este tipo de variables sobre la Empleabilidad percibida y el Éxito de carrera subjetivo.



Referencias.

- Acquaah, M., Amoako-Gyampah, K. y Nyathi, N. Q. (2014). *Measuring and valuing social capital. A systematic review*. Network for business sustainability, South Africa. Recuperado de: nbs.net/knowledge.
- Ager, D. L. y Piskorski, M. J. (2006). Age, audiences and autonomy in the dynamics of organizational prestige. Working paper. Harvard Business School, Harvard University, Boston, MA.
- Andrews, R. (2010). Organizational social capital, structure and performance. *Human Relations*, 63(5), 583-608.
- Andrews, R. (2017). Organizational size and social capital in the public sector: does decentralization matter? *Review of Public Personnel Administration*, 37(1), 40-58.
- Arnold, John. (2001). Careers and career management. In Anderson, N., Ones, D. S., Sinangil, H. K., y Viswesvaran, C. (Eds.), *Handbook of Industrial, Work & Organizational Psychology: Volume 2: Organizational Psychology* (pp. 115-132). London: Sage.
- Arosteguy, Ana Inés. (2007). Construcción de capital social comunitario y empoderamiento ciudadano. *Última Década*, 26, 123-145.
- Arthur, M. B., Khapova, S. N. y Wilderom, C. P. (2005). Career success in a boundaryless career world. *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 177-202.

- Ashforth, B. E., y Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Bagher-Salimi, S., Reza, H., Keldbari, R. y Alipour, A. R. (2011). Organizational citizenship behavior and employees social capital case study: Rasht Hospitals. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(8), 1185-1193.
- Bakiev, E. y Kapucu, N. (2012). The role of organizational social capital in increasing organizational performance in public organizations: Evidence from Kyrgyz National Police (KNP). *International Journal of Public Administration*, 35, 976-988.
- Ballon, A. E. (2011). Predictors of employability of the graduates of technological institute of the philippines Quezon city. *TIP-QC Research Journal*, 4(1) Recuperado de: <http://www.ejournals.ph/article.php?id=9171>
- Barattini, M. (2009). El trabajo precario en la era de la globalización: ¿Es posible la organización? *Polis (Revista de la Universidad Bolivariana)*, 8(24), 17-37.
- Bartels, J., Douwes, R., Jong, M., y Pruyn, A. (2006). Organizational identification during a merger: determinants of employees' expected identification with the new organization. *British Journal of Management*, 17(1), 49-67.
- Bartels, J., Pruyn, A., De Jong, M. y Joustra, I. (2007). Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate. *Journal of Organizational Behavior*, 28(2), 173-190.

- Bergami, M. y Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 555-577.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., y Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), 505-522.
- Boxman, E. A., de Graaf, P. y Flap, H. D. (1991). The impact of social and human capital on the income attainment of Dutch managers. *Social Networks* 13, 51-73.
- Bretz, R. D. y Judge, T. A. (1994). Person-organization fit and the theory of work adjustment: implications for satisfaction, tenure, and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 44, 32-54.
- Broch, C., Lurati, F., Zamparini, A. y Mariconda, S. (2014). Organizational Identification: The Role of Social Capital. *Academy of Management Proceedings*, 1, 13519).
- Campo-Arias, A. y Oviedo, H. C. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna. *Revista de Salud Pública*, 10(5), 831-839.
- Camps, J., Torres, F. y Rodríguez, H. (2011). Medición de la empleabilidad entre los trabajadores del sector servicios y análisis de su relación con el desempeño individual. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(3), 25-38.
- Carmeli, A. (2005). Perceived external prestige, affective commitment, and citizenship behaviors. *Organization Studies*, 26(3), 443-464.

Carmeli, A. y Freund, A. (2009). Linking perceived external prestige and intentions to leave the organization: The mediating role of job satisfaction and affective commitment. *Journal of Social Service Research*, 35(3), 236-250.

Carmeli, A., Ben-Hador, B., Waldman, D. A. y Rupp, D. E. (2009). How leaders cultivate social capital and nature employee vigor: implications for job performance. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1553-1561.

Carmeli, A., Gelbard, R. y Goldrieck, R. (2011). Linking perceived external prestige and collective identification to collaborative behaviors in R&D teams. *Expert systems with applications*, 38(7), 8199-8207.

Carmeli, A., Gilat, G. y Waldman, D. A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. *Journal of Management Studies*, 44(6), 972-992.

Chen, Y. N. (2011). Social capital, human capital, and career success in public relations in Taiwan. *Chinese Journal of Communication*, 4(4), 430-449.

Creed, P. A. y Gagliardi, R. E. (2014). Career compromise, career distress, and perceptions of employability: The moderating roles of social capital and core self-evaluations. *Journal of Career Assessment*, 1(5), 1-15.

Dakhli, M., y De Clercq, D. (2004). Human capital, social capital, and innovation: a multi-country study. *Entrepreneurship & regional development*, 16(2), 107-128.

- Delgado-Verde, M., Martín-de-Castro, G., Navas-López, J. E. y Cruz-González, J. (2011). Capital social, capital relacional e innovación tecnológica. Una aplicación al sector manufacturero español de alta y media-alta tecnología. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(4), 207-221.
- Dess, G. G. y Shaw, J. D. (2001). Voluntary turnover, social capital and organizational performance. *Academy of Management Review*, 26(3), 446-456.
- De Vos, A., De Hauw, S. y Van der Heijden, B. I. (2011). Competency development and career success: the mediating role of employability. *Journal of Vocational Behavior*, 79(2), 438-447.
- De Vos, A. y Soens, N. (2008). Protean attitude and career success: The mediating role of self-management. *Journal of Vocational Behavior*, 73(3), 449-456.
- Direnzo, M. S., Greenhaus, J. H. y Weer, C. H. (2015). Relationship between protean career orientation and work-life balance: a resource perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 36, 538-560.
- Dolatabadi, H. R., Ghujali, T. y Shahmohammadi, M. (2012). Analysis of employees' awareness from their manner of impact on the organizational reputation. *International Journal of Business and Social Science*, 3(3), 220-228.
- Eby, L. T., Butts, M. y Lockwood, A. (2003). Predictors of success in the era of the boundaryless career. *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), 689-708.

- Eurico, S. T., Da Silva, J. A. M. y Do Valle, P. O. (2015). A model of graduates' satisfaction and loyalty in tourism higher education: The role of employability. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 16, 30-42.
- Fugate, M. (2006). Employability in the new millennium. En J. H. Greenhaus & G. A. Callanan. (Eds.), *Encyclopedia of Career Development*. SAGE.
- Fugate, M. y Kinicki, A. J. (2008). A dispositional approach to employability: Development of a measure and test of implications for employee reactions to organizational change. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81(3), 503-527.
- Fugate, M., Kinicki, A. J. y Ashforth, B. E. (2004). Employability: a psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 14-38.
- Fuller, J. B., Hester, K., Barnett, T., Frey, L. y Relyea, C. (2006). Perceived organizational support and perceived external prestige: predicting organizational attachment for university faculty, staff and administrators. *The Journal of Social Psychology*, 146(3), 327-347.
- Fuller, J. B., Hester, K., Barnett, T., Frey, L., Relyea, C. y Beu, D. (2006b). Perceived external prestige and internal respect: New insights into the organizational identification process. *Human Relations*, 59(6), 815-846.
- Gamboa, J. P., Gracia, F., Ripoll, P. y Peiró, J. M. (2009). Employability and personal initiative as antecedents of job satisfaction. *The Spanish journal of psychology*, 12(02), 632-640.

- Gautam, T., Van Dick, R. y Wagner, U. (2004). Organizational identification and organizational commitment: Distinct aspects of two related concepts. *Asian Journal of Social Psychology*, 7(3), 301-315.
- Gerli, F., Bonesso, S. y Pizzi, C. (2015). Boundaryless career and career success: the impact of emotional and social competencies. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-17.
- Gok, S., Karatuna, I., y Karaca, P. O. (2015). The role of perceived supervisor support and organizational identification in job satisfaction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 177, 38-42.
- Gokuladas, V. K. (2011). Predictors of employability of engineering graduates in campus recruitment drives of Indian software services companies. *International Journal of Selection and Assessment*, 19(3), 313-319.
- Groot, W. y Maassen, H. (2000). Education, training and employability. *Applied Economics*, 32, 573-581.
- Hausknecht, J. P., Rodda, J., y Howard, M. J. (2009). Targeted employee retention: Performance-based and job-related differences in reported reasons for staying. *Human Resource Management*, 48(2), 269-288.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta Edición. México: McGraw-Hill.
- Hernández-Fernaud, E., Ramos-Sapena, Y., Negrín, F., Ruiz-de la Rosa, C. I. y Hernández, B. (2011). Empleabilidad percibida y autoeficacia para la búsqueda de empleo en

universitarios. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27(2), 131-142.

Herrbach, O., Mignonac, K. y Gatignon, A. L. (2004). Exploring the role of perceived external prestige in managers' turnover intentions. *The International Journal of Human Resource Management*, 15(8), 1390-1407.

Hill, S. J. (2009). *Employability and social capital: An exploration of the missing link in the enhancement of employability of business school graduates* (Tesis doctoral inédita). University of Stirling, United Kingdom.

Hodson, R. (2005). Management behaviour as social capital: A systematic analysis of organizational ethnographies. *British Journal of Industrial Relations*, 43(1), 41-65.

Hogan, R., Chamorro-Premuzic, T. y Kaiser, R. B. (2013). Employability and career success: bridging the gap between theory and reality. *Industrial and Organizational Psychology*, 6(1), 3-16.

Hsu, C. P., Chang, C. W., Huang, H. C. y Chiang, C. Y. (2011). The relationships among social capital, organisational commitment and customer-oriented prosocial behaviour of hospital nurses. *Journal of Clinical Nursing*, 20, 1383-1392.

Idrovo, A. J., Camacho-Avila, A., García-Rivas, J. y Juárez-García, A. (2012). Capital social en el trabajo: análisis psicométrico de una escala breve en español entre trabajadores de la salud mexicanos. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 15(3), 536-547.

Inkpen, A. C. y Tsang, E. W. (2005). Social capital, networks and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.

Johnson, W. L., Johnson, A. M. y Heimberg, F. (1999). A primary-and second-order component analysis of the organizational identification questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 59(1), 159-170.

Jones, C. y Volpe, E. H. (2011). Organizational identification: Extending our understanding of social identities through social networks. *Journal of Organizational Behavior*, 32(3), 413-434.

Judge, T. A., Cable, D. M., Boudreau, J. W. y Bretz, R. D. (1995). An empirical investigation of the predictors of executive career success. *Personnel Psychology*, 48(3), 485-519.

Kim, T., Chang, K. y Jae Ko, Y. (2010). Determinants of organisational identification and supportive intentions. *Journal of Marketing Management*, 26(5-6), 413-427.

Kirves, K. E. (2014). Perceived employability. Antecedents, trajectories and well-being consequences (Unpublished doctoral dissertation). University of Tampere, Finlandia.

Kirves, K., Kinnunen, U. y De Cuyper, N. (2014). Contract type, perceived mobility and optimism as antecedents of perceived employability. *Economic and Industrial Democracy*, 35(3), 435-453.

Krause, D. R., Handfield, R. B. y Tyler, B. B. (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of Operations Management*, 25, 528-545.

Kuipers, K. J. (2009). Formal and informal network coupling and its relationship to workplace attachment. *Sociological Perspectives*, 52(4), 455-479.

Lazarova, M. y Taylor, S. (2009). Boundaryless careers, social capital, and knowledge management: implications for organizational performance. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 119-139.

Leana, C. R. y Pil, F. K. (2006). Social capital and organizational performance: evidence from urban public schools. *Organization Science*, 17(3), 353-366. doi: 10.1287/orsc.1060.0191.

Leana, C. R. y Van Buren, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24(3), 538-555.

Lee, E. S., Park, T. Y. y Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(15), 1049-1080.

Li, Y., Fan, J. y Zhao, S. (2015). Organizational identification as a double-edged sword. *Journal of Personnel Psychology*, 14(4), 182-191.

- Mahazan, A. M., Siti, M. Y., Umami, A. B. y Wan Mohd, W. R. (2015). Predictors of graduate employability: mediating roles of leadership, ethics, and religiosity. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), 126-136.
- Mael, F., y Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Mathe, K. y Scott-Halsell, S. (2012). The effects of perceived external prestige on positive psychological states in quick service restaurants. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 11(4), 354-372.
- McArdle, S., Waters, L., Briscoe, J. P. y Hall, D. T. (2007). Employability during unemployment: Adaptability, career identity and human and social capital. *Journal of Vocational Behavior*, 71(2), 247-264.
- Meier, K. J., Favero, N. y Compton, M. (2014). Social context, management, and organizational performance. When human capital and social capital serve as substitutes. *Public Management Review*, 18(2), 258-277.
- Moran, P. (2005). Structural vs. relational embeddedness: social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal*, 26, 1129-1151.
- Muñiz, J., Elosua, P. y Hambleton, R. K. (2013). Directrices para la traducción y adaptación de los tests: segunda edición. *Psicothema*, 25(2), 151-157.

- Nahapiet, J. y Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Ng, T., Eby, L. Sorensen, K. y Feldman, D. (2005). Predictors of objective and subjective career success: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 58, 367-408.
- Ngo, H. Y., Foley, S., Ji, M. S. y Loi, R. (2014). Linking gender role orientation to subjective career success: The mediating role of psychological capital. *Journal of Career Assessment*, 22(2), 290-303.
- Ojedokun, O., Idemudia, E. S. y Desouza, M. (2015). Perceived external prestige as a mediator between quality of work life and organisational commitment of public sector employees in Ghana. *SA Journal of Industrial Psychology*, 41(1), 01-10.
- Oksanen, T., Kouvonen, A., Kivimäki, M., Pentti, J., Virtanen, M., Linna, A. y Vahtera, J. (2008). Social capital at work as a predictor of employee health: multilevel evidence from work units in Finland. *Social Science & Medicine*, 66(3), 637-649.
- O'Neill, J. L. y Gaither, C. A. (2007). Investigating the relationship between the practice of pharmaceutical care, construed external image, organizational identification, and job turnover intention of community pharmacists. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 3(4), 438-463.
- Perrow, C. (1961). Organizational prestige: Some functions and dysfunctions. *American Journal of Sociology*, 66(4), 335-341.

- Poblete, F. C., Sapag, J. C. y Bossert, T. J. (2008). Capital social y salud mental en comunidades urbanas de nivel socioeconómico bajo, en Santiago, Chile. Nuevas formas de entender la relación comunidad-salud. *Revista Médica de Chile*, 136, 230-239.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y. y Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.
- Reade, C. (2001). Antecedents of organizational identification in multinational corporations: Fostering psychological attachment to the local subsidiary and the global organization. *International Journal of Human Resource Management*, 12(8), 1269-1291.
- Rentería-Pérez, E. y Malvezzi, S. (2008). Empleabilidad, cambios y exigencias psicosociales en el trabajo. *Universitas Psychologica*, 7(2), 319-334.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384.
- Roberts, P. W. y Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077-1093.
- Román, R. E., Gómez, A. y Smida, A. (2013). El capital social organizacional de la pequeña empresa innovadora. Un ensayo de medición en las ciudades de Cali y Medellín. *Estudios Gerenciales*, 29, 356-376.

Rositas-Martínez, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. *Innovaciones de negocios*, 11(22), 235-268.

Rothwell, A. y Arnold, J. (2007). Self-perceived employability: development and validation of a scale. *Personnel Review*, 36(1), 23-41.

Rothwell, A., Herbert, I. y Rothwell, F. (2008). Self-perceived employability: Construction and initial validation of a scale for university students. *Journal of Vocational Behavior*, 73(1), 1-12.

Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A. y King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338.

Seibert, S. E. y Kraimer, M. L. (2001). The five-factor model of personality and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 58(1), 1-21.

Seibert, S. E., Kraimer, M. L. y Liden, R. C. (2001). A social capital theory of career success. *Academy of Management Journal*, 44(2), 219-237.

Sersic, D. M. y Tomas, J. (2014). The role of dispositional employability in determining individual differences in career success. *Drustvena Istrazivanja*, 23(4), 593-613.

Shen, Y., Jackson, T., Ding, C., Yuan, D., Zhao, L., Dou, Y. y Zhang, Q. (2014). Linking perceived organizational support with employee work outcomes in a Chinese context:

organizational identification as a mediator. *European Management Journal*, 32(3), 406-412.

Shockley, K. M., Ureksoy, H., Rodopman, O. B., Poteat, L. F. y Dullaghan, T. R. (2015). Development of a new scale to measure subjective career success: a mixed-methods study. *Journal of Organizational Behavior*, 37(1), 128-153.

Silla, I., De Cuyper, N., Gracia, F. J., Peiró, J. M. y De Witte, H. (2009). Job insecurity and well-being: moderation by employability. *Journal of Happiness Studies*, 10(6), 739-751.

Smidts, A., Pruyn, A. T. H. y Van Riel, C. B. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.

Smith, V. (2010). Review article: Enhancing employability: Human, cultural, and social capital in an era of turbulent unpredictability. *Human Relations*, 62(2), 279 – 303. doi: 10.1177/0018726709353639.

Sora, B., Caballer, A. y Peiró, J. M. (2014). La inseguridad laboral y sus consecuencias en un contexto de crisis económica. *Papeles del Psicólogo*, 35(1), 15-21.

Sullivan, S. y Baruch, Y. (2009). Advances in career theory and research: a critical review and agenda for future exploration. *Journal of Management*, 35(6), 1542-1571.

- Sung, M. y Yang, S. U. (2008). Toward the model of university image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation. *Journal of Public Relations Research, 20*(4), 357-376.
- Thijssen, J. G., Van der Heijden, B. I. y Rocco, T. S. (2008). Toward the employability—link model: current employment transition to future employment perspectives. *Human Resource Development Review, 7*(2), 165-183.
- Thompson, J. A. (2005). Proactive personality and job performance: a social capital perspective. *Journal of Applied Psychology, 90*(5), 1011-1017.
- Tsai, W. y Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal, 41*(4), 464-476.
- Topa, G. y Morales, F. (2006). Identificación organizacional y proactividad personal en grupos de trabajo: un modelo de ecuaciones estructurales. *Anales de Psicología, 22*(2), 234-242.
- Topa, G. y Morales, J. F. (2007). Identificación organizacional y ruptura de contrato psicológico: sus influencias sobre la satisfacción de los empleados. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy, 7*(3), 365-379.
- Topa, G. y Palací, F. (2007). Múltiples focos de identificación en las organizaciones: comparación de su poder predictivo sobre los resultados grupales, profesionales y organizacionales. *Revista de Psicología Social, 22*(1), 17-29.

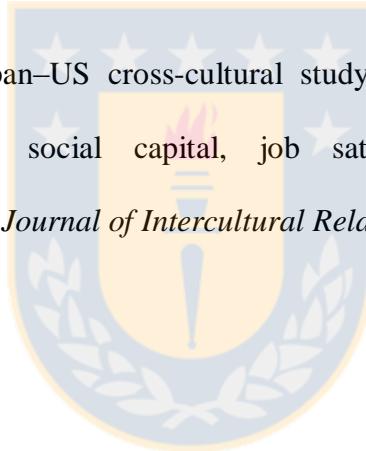
- Turner, J. (2011). *Social capital: measurement, dimensional interactions, and performance implications* (Tesis doctoral inédita). Clemson University, Estados Unidos.
- Uen, J. F., Ahlstrom, D., Chen, S. y Liu, J. (2015). Employer brand management, organizational prestige and employees' word-of-mouth referrals in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 53(1), 104-123.
- Van der Heijden, B. I., de Lange, A. H., Demerouti, E. y Van der Heijde, C. M. (2009). Age effects on the employability–career success relationship. *Journal of Vocational Behavior*, 74(2), 156-164.
- Van der Heijden, B. I., Gorgievski, M. J. y De Lange, A. H. (2016). Learning at the workplace and sustainable employability: a multi-source model moderated by age. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(1), 13-30.
- Van Der Heijde, C. M. y Van Der Heijden, B. I. (2006). A competence-based and multidimensional operationalization and measurement of employability. *Human Resource Management*, 45(3), 449-476.
- Van Knippenberg, D. y Sleebos, E. (2006). Organizational identification versus organizational commitment: self-definition, social exchange, and job attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 571-584.
- Watson, G. W. y Papamarcos, S. D. (2002). Social capital and organizational commitment. *Journal of Business and Psychology*, 16(4), 537-552.

Wayne, S. J., Liden, R. C., Kraimer, M. L. y Graf, I. K. (1999). The role of human capital, motivation and supervisor sponsorship in predicting career success. *Journal of Organizational Behavior*, 20(5), 577-595.

Weber, C. y Weber, B. (2010). Social capital and knowledge relatedness as promoters of organizational performance. *International Studies of Management & Organization*, 40(3), 23-49.

Wittekind, A., Raeder, S. y Grote, G. (2010). A longitudinal study of determinants of perceived employability. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 566-586.

Yamaguchi, I. (2013). A Japan–US cross-cultural study of relationships among team autonomy, organizational social capital, job satisfaction, and organizational commitment. *International Journal of Intercultural Relations*, 37(1), 58-71.



Anexos

Anexo 1: Modificación de ítems tras aplicación de entrevistas cognitivas.

Instrumento	Ítem primera traducción	Ítem mejorado
Capital social organizacional	<p>Los trabajadores de esta universidad no tienen intenciones ni asuntos ocultos.</p> <p>Los trabajadores de esta universidad comparten y aceptan críticas constructivas sin tomarlas de manera personal.</p>	<p>Los trabajadores de esta casa de estudios no actúan con intenciones ni asuntos ocultos.</p> <p>Los trabajadores de esta universidad aceptan críticas constructivas sin tomarlas de manera personal.</p>
Empleabilidad percibida	<p>Los trabajadores de esta institución se ven como compañeros al planificar la dirección de la universidad.</p> <p>Las habilidades adquiridas en mi trabajo actual son transferibles a otras ocupaciones fuera de esta universidad.</p>	<p>Los trabajadores de esta institución se ven a sí mismos como compañeros al planificar la dirección de la universidad.</p> <p>Las habilidades adquiridas en mi trabajo actual pueden ser transferibles a otras ocupaciones fuera de esta universidad.</p>
Éxito de carrera subjetivo	<p>Estoy en posición de hacer trabajo que en su mayoría realmente me gusta.</p>	<p>Estoy en condiciones de realizar el trabajo que realmente me gusta.</p>

Anexo 2: Consentimiento informado para encuestas en papel.



Universidad de Concepción

Facultad Ciencias Sociales

Magíster en Psicología

Tesis Capital social organizacional, prestigio organizacional e identificación organizacional. Un modelo predictivo de la empleabilidad y el éxito de carrera percibidos por trabajadores universitarios

Investigador responsable: Karina Peña González

Profesora guía: Gabriela Nazar Carter – Universidad de Concepción

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta investigación tiene como propósito estudiar algunas variables dentro del contexto organizacional. El objetivo de este estudio es conocer factores que puedan influir en la empleabilidad y el éxito de carrera de las y los trabajadores de instituciones de educación superior, lo cual será medido mediante cinco instrumentos que Ud. podrá responder a continuación.

Para lo anterior se garantiza a los participantes absoluta confidencialidad de la información registrada (siendo la única con autorización a ver los documentos la Socióloga investigadora) y se certifica que la información que usted otorgue en la presente actividad sólo será utilizada con fines de investigación, resguardándose la fuente de obtención de la información, razón por la cual no existirá instancia en la que pudiese filtrarse información específica con otras personas ajenas a la investigación.

Los resultados obtenidos serán compartidos con académicos, otros investigadores y con la organización, solo como fuente informativa, resguardando cabalmente la fuente de información, manteniendo así la confidencialidad aquí establecida.

ACTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Acepto participar en el estudio descrito, entendiendo que este cumple las características que han sido reseñadas y sobre la base de las siguientes condiciones adicionales:

Cualquier pregunta que yo quisiera hacer con relación a mi participación en este estudio será contestada por Karina Peña González, Rut 16.155.256-9. Correo electrónico: karinaapena@udec.cl. Teléfono: 985028004.

Para cualquier duda, queja o inquietud que no me haya sido satisfactoriamente resuelta por el investigador responsable me podré dirigir a Gabriela Nazar Carter, Presidente del Comité de Ética del Departamento de Psicología de la Universidad de Concepción. Teléfono: (41) 2203950.

Podré retirarme de este estudio en cualquier momento sin ser obligado(a) a dar razones y sin que ello me perjudique. No hay efectos negativos o riesgos identificables en esta investigación.

Los resultados de este estudio pueden ser publicados, pero mi identidad y revelada y estos datos personales permanecerán en forma confidencial.

Mi consentimiento está dado voluntariamente sin que haya sido forzada (o) u obligada (o).

Se firman dos copias de este documento, una de las cuales quedará en poder de cada participante y otra en manos del investigador responsable.

Completar la información que se solicita a continuación:

Yo, _____ (nombre completo, datos de identificación) comprendo y acepto la información que se entregó anteriormente, declaro conocer los objetivos del estudio y he podido hacer preguntas sobre el mismo.

Fecha: ___/___/___

En atención a estas consideraciones, libremente marque la que corresponda.

Yo ACEPTO participar en este estudio

Yo NO ACEPTO participar en este estudio

Karina Peña González
Investigadora Responsable

Firma
XXXX

Anexo 3: Consentimiento informado para encuestas en línea.



ENCUESTA PARA TRABAJADORES ACADÉMICOS Y NO ACADÉMICOS DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Estimado(a) Trabajador(a):

El propósito de esta encuesta es identificar algunos factores que puedan influir en la empleabilidad y el éxito de carrera de las y los trabajadores universitarios.

Su respuesta es de carácter anónima y los resultados obtenidos serán compartidos con académicos, otros investigadores y con la organización, solo como fuente informativa, manteniendo así la confidencialidad aquí establecida.

Agradecemos su tiempo y disposición.

**Karina Peña González.
Investigadora Responsable.
karinaapena@udec.cl**

*** 1. Consentimiento para la aplicación del instrumento:**

- Accedo a responder el cuestionario.
- Me abstengo de participar.

Anexo 4: Escala de capital social organizacional interno (Leana & Pil, 2006) traducido.

<i>1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo.</i>	1	2	3	4	5
<i>Capital social estructural.</i>					
1. Los trabajadores de esta casa de estudios establecen una comunicación abierta y honesta entre ellos.					
2. Los trabajadores de esta casa de estudios no actúan con intenciones ni asuntos ocultos.					
3. Los trabajadores de esta universidad aceptan críticas constructivas sin tomarlas de manera personal.					
4. Los trabajadores de esta casa de estudios discuten temas personales si es que estos afectan su desempeño.					
5. Los trabajadores de esta casa de estudios comparten información entre sí, de manera voluntaria.					
6. Los trabajadores de esta casa de estudios se mantienen siempre informados entre ellos.					
<i>Capital social relacional.</i>					
1. Puedo confiar en las personas que trabajan en esta casa de estudios.					
2. Los trabajadores de esta casa de estudios, generalmente, se preocupan de los sentimientos de los demás.					
3. Los trabajadores de esta casa de estudios tienen confianza entre ellos.					
4. Los trabajadores de esta casa de estudios demuestran una gran integridad.					
5. No hay “espíritu de equipo” entre los trabajadores de esta casa de estudios.					
6. En general, los trabajadores de esta casa de estudios son confiables.					

Capital social cognitivo.					
1. Los trabajadores de esta institución comparten las mismas ambiciones y visión para la casa de estudios.					
2. Los trabajadores de esta institución siguen de manera entusiasta la misión y metas colectivas de la casa de estudios.					
3. Los trabajadores de esta casa de estudios tienen un propósito en común.					
4. Los trabajadores de esta institución están comprometidos con las metas de la casa de estudios.					
5. Los trabajadores de esta institución se ven a sí mismos como compañeros al planificar la dirección de la universidad.					
6. Todos están completamente de acuerdo en la visión de nuestra casa de estudios.					

Anexo 5: Escala de prestigio organizacional (Herrbach, Mignonac & Gatignon, 2004) traducida.

<i>1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo.</i>	1	2	3	4	5
1. La gente de mi comunidad tiene una buena opinión acerca de esta casa de estudios.					
2. En mi comunidad se considera prestigioso el pertenecer a esta casa de estudios.					
3. Mi organización es considerada como una de las mejores.					
4. La gente de otras organizaciones menosprecia mi organización.					
5. Los trabajadores de otras instituciones estarían orgullosos de trabajar en mi organización.					
6. Mi organización no tiene buena reputación en mi comunidad.					

Anexo 6: Escala de identificación organizacional (Smidts, Van Riel & Pruyn, 2001) traducida.

<i>1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo.</i>	1	2	3	4	5
1. Siento fuertes lazos con esta casa de estudios.					
2. Experimento un fuerte sentido de pertenencia a esta casa de estudios.					
3. Me siento orgulloso de trabajar en esta casa de estudios.					
4. Soy lo suficientemente reconocido en esta casa de estudios.					
5. Estoy feliz de ser un miembro de esta casa de estudios.					

Anexo 7: Escala de empleabilidad percibida (Rothwell & Arnold, 2007) traducida.

<i>1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo.</i>	1	2	3	4	5
1. Aunque hubiese una reducción de personal en esta casa de estudios, tengo confianza en que yo permanecería en ella.					
2. Mis redes personales en esta casa de estudios me ayudan en mi carrera.					
3. Soy consciente de las oportunidades que se presentan en esta casa de estudios, aunque sean diferentes a lo que hago ahora.					
4. Las habilidades adquiridas en mi trabajo actual pueden ser transferibles a otras ocupaciones fuera de esta universidad.					
5. Podría entrenarme fácilmente para tener más opciones de empleo en otra parte.					
6. Tengo un buen conocimiento de las oportunidades con las que cuento fuera de esta casa de estudios, aunque sean absolutamente distintas a lo que hago en la actualidad.					
7. En esta casa de estudios soy reconocido entre las personas que realizan					

el mismo trabajo que yo.					
8. De ser necesario, podría conseguir fácilmente otro trabajo como el mío en una organización similar.					
9. Podría conseguir fácilmente un trabajo similar al mío en casi cualquier otra organización.					
10. Cualquier persona con mi nivel de habilidades y de conocimientos, y con experiencias laborales y organizacionales similares a las mías, será muy solicitada por los empleadores.					
11. Podría conseguir cualquier trabajo para el que mis habilidades y experiencia fueran relevantes.					

Anexo 8: Escala de éxito de carrera subjetivo (Rothwell & Arnold, 2007) traducida.

<i>1= muy en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4= de acuerdo, 5= muy de acuerdo.</i>	1	2	3	4	5
1. Estoy en condiciones de realizar el trabajo que realmente me gusta.					
2. Mi cargo es reflejo de mi progreso y mi responsabilidad en esta casa de estudios.					
3. Estoy satisfecho con los ascensos que he recibido hasta ahora.					
4. Estoy satisfecho con el éxito que he alcanzado en mi carrera.					
5. Estoy satisfecho con los avances que he logrado en mis metas profesionales.					
6. Estoy satisfecho con los avances que he logrado para cumplir con las metas relacionadas a mi ingreso económico.					
7. Estoy satisfecho con los avances que he logrado para cumplir con mis metas de desarrollo profesional.					
8. Estoy satisfecho con los avances que he logrado para cumplir con mis metas relacionadas con el desarrollo de nuevas habilidades.					