

42
2ci



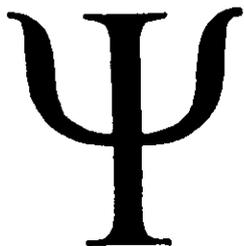
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

"LOCUS DE CONTROL EN VENDEDORAS
DE VENTA DIRECTA"

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A :
CLAUDIA DIAZ ROMERO

DIRECTOR DE TESIS: MTRA. MARTHA CUEVAS ABAD.
REVISOR: MTRA. CRISTINA HEREDIA ANCONA .
SINODALES: MTRA. FAYNE ESQUIVEL ANCONA .
LIC. GUADALUPE SANTAELLA HIDALGO .
MTR. SOTERO MORENO CAMACHO .



MEXICO, D. F.

1999

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

276299



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PASINACION

DISCONTINUA.

AGRADECIMIENTOS

A MI PADRE :

POR EL GRAN ESFUERZO Y ENTUSIASMO QUE EN VIDA MOSTRO PARA QUE YO LLEGARA A SER UNA PROFESIONISTA.

A MI MADRE Y ABUELA

POR SU APOYO PARA LLEGAR A UN CICLO MAS EN MI PREPARACION. POR SU ESFUERZO PARA HACER DE MI UNA PROFESIONAL, Y POR LA DEDICACION QUE DESDE SIEMPRE RECIBI.

A MI ESPOSO ENRIQUE:

POR TODO EL AMOR, APOYO Y COMPRESION QUE HE RECIBIDO SIEMPRE, ESPECIALMENTE DURANTE LA REALIZACION DE DICHA INVESTIGACION.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS CERCANOS :

POR TODO SU APOYO MORAL.

A LA MAESTRA MARTHA CUEVAS :

UN ATENTO AGRADECIMIENTO POR TODOS SUS CONOCIMIENTOS Y APORTACIONES DADAS DURANTE LA REALIZACION DE LA TESIS, YA QUE SIN ELLA , LA INVESTIGACION NO HUBIERA SIDO POSIBLE.

A LOS MAESTROS:

CRISTINA HEREDIA ANCONA.
FAYNE ESQUIVEL ANCONA.
GUADALUPE SANTAELLA HIDALGO.
SOTERO MORENO CAMACHO

POR SUS VALIOSAS APORTACIONES.

UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL.....

A LAS VENDEDORAS DE VENTA DIRECTA, QUIENES COLABORARON COMO MUESTRA DE ESTA INVESTIGACIÓN, ESPERANDO QUE LOS RESULTADOS SEAN DE UTILIDAD.

INDICE

Resumen	
I	Introducción.....1
II	Capítulo I
	La mujer y el trabajo.....5
II.1	La venta y los vendedores de la sociedad actual..... 11
II.2	Ventas en el Hogar..... 13
II.3	Éxito Profesional..... 15
II.4	Rasgos de un vendedor exitoso..... 18
III	Capítulo II
	Personalidad.
III.1	H. Murray.....21
III.2	A. Maslow.....26
III.3	Línea de Conducta Tipo A.....29
III.4	Locus de Control (J. Rotter).....33
	Capítulo III
	Medición de Locus de Control.....43
IV.1	Calificación.....47

IV.2	Estudios Previos.....	49
	Capítulo V	
	Metodología.	
V.1	Justificación.....	62
V.2	Planteamiento del Problema.....	64
V.3	Objetivo General.....	64
V.4	Objetivos Específicos.....	65
V.5	Hipótesis de trabajo.....	65
V.6	Definición de variables.....	66
V.7	Características de la muestra.....	68
V.8	Diseño de Investigación.....	69
V.9	Tipo de estudio.....	69
V.10	Instrumento.....	69
V.11	Procedimiento.....	71
V.12	Análisis Estadístico.....	72
VI	Resultados.....	73
VII	Análisis y Discusión de los Resultados.....	87
VIII	Conclusiones.....	93
IX	Limitaciones y Sugerencias.....	95
X	Bibliografía.....	97
	ANEXOS.....	101

RESUMEN

Es sabido la forma en que la mujer ha incursionado en el área laboral. Ser vendedor implica ciertos rasgos que consolidan la satisfacción y el éxito en el desempeño e implican algunos rasgos especiales (locus de control).

Se entiende por Locus de Control la localización de la causa la cual puede ser algo que está en la persona como habilidad o esfuerzo (interno) o fuera de ella como suerte o dificultad (externa).

Mediante un diseño de 2 grupos, el presente estudio tuvo como objetivo determinar si existían diferencias significativas en cuanto a el Locus de Control entre mujeres exitosas en ventas y las que no lo son.

Cada grupo estuvo formado por 50 sujetos, siendo una muestra intencional. La variable dependiente fue medida con la escala de Locus de Control de La Rosa. Como información adicional al planteamiento, la muestra se dividió en 8 grupos considerando las variables : éxito, edad y antigüedad en la empresa.

El análisis estadístico se realizó mediante la prueba t de Student, análisis de varianza y la prueba post hoc de Scheffe, encontrándose diferencias significativas entre los grupos respecto al Locus de Control, resultando significativamente mayor internalidad en el grupo de mujeres no exitosas y jóvenes. En relación con los otros grupos, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas.

INTRODUCCION

La venta es expresión de la personalidad. Si vendemos las mismas cosas, hay vendedores que ganan 100 veces mas que otros colegas, tenemos aquí una señal inequívoca de que las ventas implican en un 90% las personas y en 10% las situaciones y productos que se intentan vender. No por nada se dice que algunos vendedores estrella " son capaces de vender refrigeradores a los esquimales " (Rodríguez, 1986).

En general el trabajo profesional es la expresión más acabada de la personalidad. La persona y su estilo de comunicación son partes esenciales en el desempeño como vendedor.

Por lo tanto, ser vendedor implica ciertos rasgos que consolidan la satisfacción y el éxito en el desempeño; así como las carreras de maestro, político, militar o marino también implican, cada una, algunos rasgos especiales.

El mundo de las ventas es el reino de la emoción, de la aventura, de la novedad, de la lucha, de la competencia. No cabe duda que uno de los más notables aspectos de ésta actividad es la motivación, donde el autoconcepto y locus de control se ven modificados y en algunos casos incrementados, teniendo mayores posibilidades de obtener el éxito (Rivera Soberanis, 1994).

La mayor parte de las ventas en el hogar las efectúan las vendedoras que trabajan para compañías especializadas en ésta esfera de actividad. Este tipo de venta se considera una de las más arduas y difíciles pero también se le considera una de las más remunerativas.

Esta clase de vendedora busca ordinariamente sus propios clientes potenciales y los visita en el hogar. Esto la distingue del representante de un comercio cuya visita al hogar de un cliente responde por lo general a una solicitud de éste.

Algunas veces según la clase de producto o de servicio que ofrece, el vendedor concerta sus citas por anticipado, pero, en la mayor parte de los casos, tiene que usar el sistema de ir de puerta en puerta, lo que quiere decir, sencillamente tocar un timbre tras otro.

La vendedora que va de casa en casa trabaja por lo regular en estrecho contacto con la compañía que fabrica los productos que vende. En la mayor parte de los casos, tiene que trabajar con base en una comisión sobre sus ventas, no goza de un salario, y en ocasiones llega, incluso a comprar los productos ordenados por los clientes para su reventa. Así pues, el producto que este vendedor ofrece puede ser muy semejante al que ofrece el vendedor al detalle en una tienda, pero la forma de venderlo es muy distinta (Ernest,1979).

En el caso de la vendedora de cosméticos, trabaja productos similares a los que se encuentran en el departamento de cosméticos de una tienda, pero es una nueva vendedora que va de casa en casa, busca clientes en perspectiva y los visita en su casa para hacer su presentación de ventas.

El triunfo de toda actividad es el resultado de tres elementos: capacidad, esfuerzo y organización. Naturalmente la buena suerte es otro factor importante. Conviene sin embargo aclarar que muchas veces aparece como "buena suerte " a los ojos de la superficialidad lo que en íntima realidad es el resultado legítimo del estudio y del trabajo perseverantes (Céspedes,1980).

La gente se diferencia, por el grado en que experimenta el mundo y las satisfacciones que recibe de circunstancias externas e incontrolables, por lo tanto la diferencia se da en el grado en que la persona se sienta dueña de su destino.

En la vida diaria, existen diversas experiencias que permiten hacer frente al problema del control. Esto es vivenciar ciertas situaciones cuyas causas se

atribuyen, ya sea a otras personas, eventos o bien al destino situándolas fuera del control del sujeto: es decir, que en muchas ocasiones la persona se siente ajena al hecho de ser ella misma el constructor de sus éxitos o fracasos.

El locus de control se refiere a la medida en que un individuo cree que los éxitos o fracasos de su vida ocurren como consecuencia de sus propias acciones por un lado y por otro lado si son producto del azar o la suerte. Esta perspectiva va a estar dada en gran medida por el proceso de aprendizaje de reforzamientos.

El concepto de locus de control de reforzamiento interno/externo de Rotter dio nacimiento a una gran cantidad de investigaciones siendo muy útil para la Psicología, sobre todo en el área del funcionamiento de la personalidad (Joe, 1971, citado en Del Castillo, 1995).

Para la Psicología es muy importante el estudio de la personalidad ya que entendiéndola se conoce más al hombre en sus motivos para ser, sentir y actuar. Al conocer la personalidad de un individuo se puede predecir su conducta, incluso asegurar éxito o fracaso en el desarrollo profesional.

La presente investigación surge de algunas inquietudes observadas a lo largo de mi experiencia laboral en una empresa de venta directa donde aparece como interés fundamental el aspecto humano, factor muy importante en la relación individuo-industria, específicamente Locus de control como rasgo de personalidad, sobre todo, al preguntarnos ¿porqué algunas vendedoras venden más que otras?, ¿cuáles son los factores de Locus de control que hacen que vendan mas?, ¿la edad de las vendedoras tiene que ver con la suerte o con cuestiones de personalidad?, o si ¿el éxito tiene que ver con factores internos y externos?. Rodríguez Estrada, (1986) afirma que el trabajo profesional es la expresión de la personalidad, no importando cuál sea nuestra profesión, ya que nuestro mejor aliado o nuestro peor enemigo es nuestra misma personalidad, particularmente en el caso del vendedor, no se puede separar su

personalidad (locus de control) de su labor de ventas, porque no se puede separar su persona y su estilo de comunicación, implicando ciertos rasgos de personalidad que consolidan la satisfacción y el éxito en su desempeño.

De tal manera en la presente investigación, se hace referencia en el primer capítulo al tema de aspectos teóricos sobre el rol de la mujer en la actualidad y como ha incursionado en el campo de las ventas, y éxito profesional. En el segundo capítulo se hace mención del locus de control como rasgo de personalidad y en éste ámbito se revisaron autores como Murray, Maslow, Rotter, y algunas características de la personalidad Tipo A, que en mi opinión pueden caracterizar el éxito en ventas y en forma especial locus de control como parte de la personalidad conceptualizado por Rotter, en el reforzamiento de las ventas, así como en el tercer capítulo se describe la medición del Locus de Control, en el cuarto la Metodología, posteriormente se describen los resultados encontrados y por último se presentan las Conclusiones, Sugerencias y Limitaciones para esta investigación.

CAPITULO I

La mujer y el trabajo

Las actividades laborales de la mujer, han tenido una evolución a lo largo de la historia del país; en las antiguas tribus indígenas, el trabajo femenino se concretaba a las labores del campo, la siembra, la cosecha, el cuidado de los animales, el tejido y la elaboración del vestido y al cuidado de la vida familiar.

Así, en las sociedades prehispánicas, mientras el varón se dedicaba a la guerra y a ser educado en el Calmecac, (monasterio donde los jóvenes aztecas de la nobleza se preparaban para el sacerdocio), impartía justicia, gobernaba y comerciaba, la mujer era educada de manera tradicionalista, se dedicaba a las labores domésticas.

Durante la Conquista se dió una gran transformación en la vida tanto de hombres como de mujeres, ya que fueron afectados en sus posesiones, su religión y sus costumbres; además, la escasez de mujeres españolas, trajo consigo para la indígena una situación de abuso y sometimiento por parte del conquistador, quien la consideraba más un objeto que un ser humano. Así, la mujer mexicana se vió sometida a una doble dominación, la del sistema español y la que había vivido en su sociedad.

En la Nueva España se dieron dos grupos de mujeres, uno formado por las esposas e hijas de españoles, sujetas a un régimen social y familiar autoritario y otro formado por las indígenas y mestizas esclavas de un trabajo doméstico y marginadas de cualquier tipo de progreso social, económico y cultural (Regueiro,1981).

Al paso del tiempo, los sistemas políticos fueron modificando la estructura socioeconómica, continuando la mujer mexicana con un papel principal en lo

referente al cuidado de la casa e hijos y con un papel secundario en lo referente al desarrollo del país, a la educación, etc.

El movimiento de la Revolución Mexicana permitió integrar a las mujeres a la lucha social. Urrutia en 1979, (citado por Cruz, 1992) explica que la participación de la mujer en esta época fué sumamente importante, como abastecedora de las tropas, recadera, espía, informante, etc. La función de la soldadera fué una nueva actividad, donde no existió ningún tabú ni separación entre los sexos. En la lucha constante, la mujer comenzó a desempeñar los puestos que antes le eran negados, siendo valorada por todos.

Durante los años inmediatos a la Revolución Mexicana la participación de la mujer se mantuvo esencial y estructuralmente igual que en 1910; en realidad fué a partir de 1930, cuando el país otorga un impulso importante a la industrialización y la mujer empieza a integrarse masivamente al mercado de trabajo nacional.

A partir de 1940, la proporción de mujeres aumenta, siendo la principal fuente de ocupación para éstas el sector de servicios. Sin embargo, "mientras en 1940 el 72% de las mujeres ocupadas en este sector eran trabajadoras domésticas, en 1970 esta proporción se redujo al 43%, a la vez que se incrementó el porcentaje en servicios de enseñanza, salud, alojamiento, preparación de alimentos, aseo y limpieza. Además el comercio y la industria son sectores donde la participación femenina muestra aumento". (Cooper, 1989).

Para 1980, de acuerdo con el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 1984), la población total del país era de 66,939,969 ocupando la población femenina el 50.59%. La Población Económicamente Activa, era el 45.5% del cual, el 24.5% fueron mujeres; de este último grupo, el 72.9% se encontraba en una edad de 25 y 54 años (Rívera Soberanis, 1994).

En todos estos años, el trabajo femenino ha ido evolucionando del trabajo del campo, al servicio domestico, posteriormente a la industria, y, en los últimos decenios, al sector de servicios principalmente.

Este incremento de la participación de la mujer en la economía implica: a) Que la situación económica del país, requiere de mayores ingresos familiares; b) Que el nivel de educación de la mujer ha aumentado paulatinamente; y c) La necesidad de desarrollo e independencia económica que va ligada a la evolución psicológica y social de la mujer, la modificación de los roles familiares, la desintegración familiar, la influencia de otras culturas, etc. De tal suerte que la mujer ha tomado otras perspectivas, tiene metas distintas a las que antes se había propuesto, su estilo de vida es diferente, su organización y su manera de pensar están orientados hacia otra dirección, pudiendo ser éste alcanzar el éxito profesional en el campo laboral.

Las mujeres de la sociedad mexicana tienen sus tendencias cognitivas y emocionales que, con las del hombre, están culturalmente determinadas por sus familias, profesores, amigos de más edad y otros adultos que les sirven de modelos.

Aunque la forma en que los hombres y las mujeres se consideran a sí mismos y se relacionan con otros, se establece desde la niñez y se fortalece en la adolescencia, el reforzamiento de las tendencias de la mayoría de las mujeres continúa en la vida adulta.

Durante la infancia, a las niñas se les enseña a ser sociables, simpáticas, y a identificarse con los sentimientos de los demás y se les estimula a aprender las cosas hogareñas (costura y bordado, artes culinarias, cuidado de los niños y demás). De acuerdo con Higginson y Quick (1976), este tipo de educación, fomenta en algunos casos, la aparición de ciertas características como la pasividad, la dependencia, la timidez, la sumisión, la docilidad, la inferioridad y la falta de espíritu competitivo.

Cabe señalar que este tipo de características, no son del todo negativas, ya que gracias a ellas, por ejemplo, se origina la gran cohesión y solidaridad que distingue a la familia mexicana, y esto, es un valor inapreciable.

En la adolescencia los jóvenes se rebelan, sin embargo, la mayoría de las jovencitas siguen siendo sumisas, mantienen su relación de dependencia con sus padres y no expresan abiertamente algún interés por romper con los vínculos familiares. Empiezan a considerar las relaciones con el otro sexo como fuente principal de estima personal. "Para estimarse a sí misma, la chica debe de estar segura de que puede triunfar en estas relaciones que se convierten en su motivación fundamental" (Sabas, 1989).

La mujer adulta necesita sentirse capaz, cooperadora y creativa para estimarse a sí misma, pero a la vez su estima personal depende de un rol cuyas funciones son cada vez menores, de un papel que puede desempeñar todo el mundo, de ocupaciones que tienen poco de creativas, poco placer, poco estímulo y mucho de rutinario.

Las mujeres manejan estos sentimientos y características en diversas formas. "Los niegan y pretenden que no existen, reducen al mínimo su importancia; los explican con indiferencia"(Higginson, 1976) o bien los superan a través de una actitud positiva, desarrollando características como la capacidad para correr riesgos, habilidad para relacionarse con los hombres en un medio laboral, teniendo una elevada autoestima, un elevado nivel de ambición y de energía, así como un espíritu competitivo y una sana actitud con respecto al hecho de ser mujer, trabajando con los elementos que posee dentro de sí misma y con la ayuda que obtenga del exterior (Higginson y Quick, 1976).

La mujer que combina sus diferentes papeles y desarrolla sus distintas capacidades y atributos podrá tener un elevado autoconcepto; también lo tendrá aquella otra cuyas motivaciones se muevan únicamente dentro del marco del modelo femenino. En cambio la que sólo utiliza alguna de sus

potencialidades pero se siente motivada a utilizar otras áreas que no se le han permitido, posiblemente se estimará poco a sí misma.

En la medida en que la mujer se autoperciba como una persona capaz, incorporándose de manera más decisiva a su contexto social, modificando el rol tradicional en el que está actualmente ubicada, logrará un cambio actitudinal tanto a nivel individual como en el hombre.

Si bien es cierto que la integración de la mujer al proceso económico debe entenderse como positiva en cuanto a que la ayuda a desarrollarse integralmente como ser humano, hay quienes opinan que esto se ve limitado cuando el trabajo remunerado no la exime de las labores domésticas y le impone una doble jornada de trabajo.

Sin embargo, existe otro grupo que opina que la mujer que tiene actividades extrahogareñas "puede ser una compañera más estimulante, más activa y responsable que la mujer encasillada, pasiva y dócil. Al volver a casa tiene la mente más abierta y más ágil" (Rodríguez Estrada, 1992).

Es importante hacer referencia acerca de la perspectiva social de la mujer mexicana, ya que la sociedad ha influido para que la mujer sea reprimida y a su vez ha repercutido en su autoconcepto.

El "machismo", el tradicionalismo y la clase social han impedido que la mujer se desarrolle y sea reconocida por la sociedad y por el hombre, asignándose a cada sexo un rol determinado, lo que representa actualmente un conflicto para la mujer que trabaja, en cuanto a que ella no puede dejar de cargar con todas las tareas, en vez de poder repartirlas.

De acuerdo con Alegria (1974), el machismo se manifiesta en el nivel socioeconómico más bajo, ya que se tiene menos acceso a la educación. Las mujeres preparadas exigen un mayor reconocimiento teniendo un sentimiento

de seguridad y confianza que favorece su autovaloración y en consecuencia sus relaciones son más equitativas.

El fenómeno del tradicionalismo se encuentra arraigado en la sociedad y condiciona a la mujer desde que nace mediante el proceso de socialización, va introyectando los roles familiares : La supremacía indiscutible del padre y el necesario y absoluto sacrificio de la madre. Es así como se ha visto que desde el nacimiento, la mujer está predispuesta a tener un rol tradicional en su vida, que se ve determinado desde que se sabe que es niña y toda esta imposición la incapacita para muchas actividades y la inicia para las propias de su género. Todo esto es un fenómeno que se va dando naturalmente, porque ya es de hecho.

Así, la cultura no permite la salida del tradicionalismo, que en realidad no es mas que el fruto de las raíces históricas y también causa de la situación conveniente para el cuidado de los hijos y la casa.

Mientras más roles tenga una mujer, mayor será su salud mental y física. Barnett, Marshall y Singer realizaron un estudio en 1992 acerca del efecto de las experiencias laborales y los roles múltiples en la salud mental de la mujer; encontraron que los ascensos laborales están asociados significativamente con la disminución de síntomas como ansiedad y depresión. Asimismo encontraron que un factor importante para la salud mental eran los roles familiares que desempeñaban: para aquellas que desempeñaban rol de pareja, madre o ambos, el factor de éxito laboral no era tan decisivo en su salud mental como lo era para aquellas mujeres solteras o que no tenían hijos.

Algunas investigaciones, como las realizadas por Horner (Citada por Rivera Soberanis, 1994), mencionan que existe en la mujer una tendencia a evitar el éxito, como resultado lógico del condicionamiento y educación a la que fué sujeta en el hogar y en la escuela. Parte del problema es que piensa que las mujeres han perdido algo al volverse exitosas; tienen que sacrificar ya sea a su

familia, su matrimonio o simplemente una relación que no sea competitiva con el hombre. Al pedir a las mujeres que explicaran las razones del éxito de otras mujeres, ellas tendían a atribuirlo a la suerte.

Existen sectores en los que la mujer ha encontrado mejores posibilidades de desarrollo, como el sector de los servicios: "en hospitales, aseo, preparación de alimentos, cuidado y educación de los menores, etc".

El comercio, es también una actividad muy asociada a la mujer mexicana; "este se lleva a cabo en todos los niveles y adquiere múltiples y diferentes facetas".

Encontramos la vendedora en el campo y en la ciudad, en pequeños puestos ambulantes y en lujosas boutiques " (Leñero, 1975).

La venta y los vendedores de la sociedad actual

La industrialización en grande es un fenómeno moderno, iniciado apenas en el siglo XIX y consolidado en el XX.

Cada día las fábricas producen millones de millones de artículos que inundan las bodegas y que deben colocarse a través de las ventas para ser usados y consumidos.

En un sistema de libre empresa, las ventas constituyen el punto del equilibrio, no sólo económico, si no también social y político de los estados.

Si falla la labor de ventas, se crean excesos de producción que pueden llevar a la paralización de las fábricas y al colapso de la economía.

El signo de nuestra época es el tráfico, en su sentido etimológico de " poner al otro lado" o "poner más allá ".

Vivimos en un mundo en cambio y un mundo en intercambio, cuyo mejor exponente parece ser la compra-venta. Los grandes vendedores son también

"los grandes de la tierra", los poderosos, ya se trate de países como los E.U.A., Japón y Alemania o bien de las multinacionales .

Las ventas, junto con la producción industrial y los medios masivos, han sido la base de la gran empresa; de la que ha transformado el mundo y la que ha ido acabando con la mentalidad localista de todos los siglos que nos precedieron.

Muchas personas viven de las ventas. Para ellas su profesión es vender. La habilidad para vender es lo que define su imagen social, su compromiso laboral, su ubicación en la comunidad y también su nivel económico de vida.

La venta es expresión de la personalidad. Si vendemos las mismas cosas hay vendedores que ganan 100 veces mas que otros colegas, tenemos aquí una señal inequívoca de que "las ventas constituyen en 90% las personas y en 10% las cosas". No por nada se dice que algunos vendedores estrella " son capaces de vender refrigeradores a los esquimales " (Rodríguez, 1986).

En general el trabajo profesional es la expresión mas acabada de la personalidad la cual no se puede separar de su labor de ventas, porque no se puede superar su persona y su estilo de comunicación.

Ser vendedor implica ciertos rasgos que consolidan la satisfacción y el éxito en el desempeño así como las carreras de maestro, político, militar o marino también implican, cada una, algunos rasgos especiales.

El mundo de las ventas es el reino de la emoción, de la aventura, de la novedad, de la lucha, de la competencia. No cabe duda que uno de los más notables aspectos de ésta actividad es la motivación, donde el autoconcepto y locus de control se verán incrementados, teniendo mayores posibilidades de obtener el éxito (Rivera Soberanis, 1994).

Observamos una situación impactante y grave: mientras algunos vendedores disfrutan de un elevado nivel socioeconómico y reflejan en su vida la prosperidad y el éxito, otros al contrario, se debaten en los niveles de la sobrevivencia y la carencia.

Parecería increíble, pero se dan los casos en que unos vendedores ganan 100 veces mas que otros vendiendo lo mismo, por lo que es muy complejo el arte de vender. Y para una persona consciente y responsable y con fuerte motivación de éxito, es un campo donde hay siempre algo que aprender.

Por lo que en términos populares se menciona que el vendedor no nace sino se hace.

Ventas en el Hogar

La mayor parte de las ventas en el hogar las efectúan las vendedoras que trabajan para compañías especializadas en ésta esfera de actividad. Este tipo de venta se considera uno de los más arduos y difíciles pero también se le considera uno de los más remunerativos. Es también una actividad muy asociada a la mujer mexicana, adquiriendo diferentes facetas, encontrándose aquí diferentes tipos de vendedoras (exitosas y no exitosas), de acuerdo al canal de distribución de los productos que ofrece.

La vendedora de casa en casa busca ordinariamente sus propios clientes potenciales y los visita en el hogar. Esto la distingue de la representante de un comercio cuya visita al hogar de un cliente responde por lo general a una solicitud a éste.

Algunas veces según la clase de producto o de servicio que ofrece, el vendedor concerta sus citas por anticipado, pero, en la mayor parte de casos, tiene que usar el sistema de ir de puerta en puerta, lo que quiere decir, sencillamente tocar un timbre tras otro.

Esta clase de vendedora trabaja por lo regular en estrecho contacto con la compañía que fabrica los productos que ella vende. En la mayor parte de los casos, tiene que trabajar a base de una comisión, no de sueldo, y a veces llega, en realidad, hasta a comprar los productos ordenados por los clientes a quienes luego los revende. Así pues, el producto que esta vendedora ofrece puede ser muy semejante al que ofrece el vendedor al detalle en una tienda, pero la forma de venderlo es muy distinta.

La vendedora de cosméticos trabaja productos similares a los que se encuentran en el departamento de cosméticos de una tienda, pero es una nueva vendedora que va de casa en casa, busca clientes en perspectiva y las visita en su casa para hacer su presentación de ventas.

El triunfo de toda actividad es el resultado de tres elementos: capacidad, esfuerzo y organización. Naturalmente la buena suerte es otro factor importante. Conviene sin embargo aclarar que muchas veces aparece como "buena suerte " (Céspedes,1980) a los ojos de la superficialidad lo que en íntima realidad es el resultado legítimo del estudio y del trabajo perseverantes (locus de control).

La gente se diferencia, por el grado en que experimentan el mundo y las satisfacciones que reciben de circunstancias externas e incontrolables, por lo tanto la diferencia se da en el grado en que la persona se sienta dueña de su destino.

En la vida diaria, existen diversas experiencias que permiten hacer frente al problema del control. Esto es vivenciar ciertas situaciones cuyas causas se atribuyen, ya sea en otras personas, eventos o bien al destino situándolas fuera del control del sujeto: es decir, que en muchas ocasiones la persona se siente ajena al hecho de ser ella misma el constructor de sus éxitos o fracasos.

Es así como surgen las mujeres exitosas en el campo profesional, entendiéndose por profesional cualquier tipo de actividad en forma destacada (éxito profesional).

Éxito Profesional

Etimológicamente la palabra éxito significa salir de lo corriente, del latín "existus"= salida y profesional, que deriva del latín "professio" = a declaración pública; el oficio públicamente declarado y profesional, el que " practica de un modo continuo una actividad o un deporte para obtener una remuneración . (Diccionario Larousse Universal (Vol.2, 1978).

Cuando se habla de éxito profesional, se trata "del éxito obtenido en y por el ejercicio de una actividad remunerada, como final de una serie de acontecimientos profesionales que pueden ser, sucesivamente éxitos o fracasos.

En términos generales, hablar de una definición de éxito profesional, resulta muy subjetivo. El éxito en cualquier situación, depende de las metas que hayan sido propuestas, de las motivaciones (Maslow, Murray), tanto conscientes como inconscientes que el sujeto en particular pueda tener, así como sus valores, ética y moral.

De acuerdo con Coopersmith ,1976 (citado por Macías Ahumada 1987), en la cultura occidental se pueden determinar cuatro indicadores de éxito; cada uno de ellos proporciona sus propios criterios de juicios que determinan el logro del objetivo y todos proporcionan una sensación de incremento de autoestima, si son alcanzados. Dichos criterios son:

- Poder: Es la habilidad de influenciar y controlar a otros (se mide con el respeto y reconocimiento que el individuo recibe de los demás y el peso que se le da a sus opiniones y derechos).
- La importancia: La atención, aceptación y afecto de los otros hacia el individuo (se mide por la preocupación, atención y amor expresado por otros).
- Virtud: La adherencia hacia estándares morales y éticos (se caracteriza a la afiliación a los principios religiosos).
- Habilidad: La ejecución exitosa al enfrentarse a las exigencias propias para el logro (se mide por altos niveles de ejecución de las tareas que desempeñan).

En la sociedad Mexicana, el éxito obtenido en la profesión, es sinónimo de desarrollo profesional, de remuneración económica, de la aprobación de los superiores, de estatus, de poder, etc.; en el caso más específico del área de ventas, las ganancias obtenidas, las ventas realizadas y el incremento de las comisiones, entre otros.

La actividad de vender tiene sólo ciertos parámetros a seguir porque como cualquier actividad propiamente humana es libre en las formas de ejecutarse y depende en gran parte de la personalidad del ejecutador.

Vender, es, entonces una comunicación humana donde se expresa abiertamente la personalidad de las partes que intervienen en ella. La elección de una vocación u ocupación es un acto expresivo de la personalidad.

La personalidad de estos sujetos (los vendedores), es una y aunque es modificada por el medio ambiente y la práctica, tiene un componente innato que lo hace ser un vendedor exitoso.

La persona que tiene en sí misma el potencial, el deseo y la firme decisión de ser un vendedor exitoso, busca en la experiencia diaria algunas indicaciones prácticas que lo ayuden a explotar su personalidad y su capacidad vendiendo.

Los parámetros generales para el desarrollo exitoso en el área de ventas según Cabello Verdugo (1988), pueden resumirse en los siguientes puntos:

- Exhibicionismo ponderado.
- La amistad promueve ventas.
- En cada trato dejar la semilla de la venta.
- Hacer propias las necesidades del consumidor
- Creer en sí mismo, en su producto y en su misión.
- Siempre dar un paso más... los pequeños intentos repetidos completarán cualquier empresa, etc.

Para la psicología es muy importante el estudio de la personalidad, ya que entendiéndola se conoce más al hombre en sus motivos para ser, sentir y actuar. Al conocer la personalidad de un individuo se puede predecir su conducta, incluso augurar éxito o fracaso en el desarrollo profesional.

El estudio de la personalidad ha pasado por diferentes fases históricas; desde épocas muy remotas hasta la actualidad han existido distintas formas de entender la personalidad.

La personalidad de cada ser humano es individual e inigualable; no existen dos personas con la misma personalidad, sin embargo, los miembros de una vocación tienen personalidades similares o historias parecidas de desarrollo personal.

Un individuo está más satisfecho con su trabajo cuando las demandas de este se aproximan a su nivel de aptitud y cuando siente que el trabajo le ofrece oportunidad para el uso y la expresión de su talento y personalidad.

Dentro de las múltiples y variadas ocupaciones que existen en la sociedad y por las cuales puede inclinarse un individuo; y que por la situación económica actual adquiere gran demanda, es la del vendedor.

El vendedor ideal es enérgico, sincero, entusiasta, disfruta tratando con la gente y puede trabajar en equipo.

Para él la inteligencia rara vez juega un papel importante; los vendedores triunfan por su personalidad.

Rasgos de un vendedor exitoso

Un perfil de este personaje aparece ubicado en los siguientes marcos:

- **Dinamismo, agresividad.** Realiza el ideal romano de "mente sana en cuerpo "sano". Vender es cosa de los hombres de acción. Vender es asunto de fuerza y de decisiones. Se requieren condiciones optimas de salud y vitalidad.
- **Asertividad.-** Una persona segura de sí misma, de su trabajo, de los productos que representa; que rebosa confianza, entusiasmo y aplomo; una persona que sabe manejar los mecanismos de autoestima (somos lo que creemos que somos) y los del pensamiento positivo (la idea de éxito es sinónimo de éxito). Su actitud hacia sí mismo en la aceptación y valoración.
- **Alterocentrismo:** Una persona orientada a la gente: interesada, intuitiva, perceptiva, servicial, toma el viejo postulado "Mandar es servir. Realiza en

su vida lo que se postula del hombre de negocios en general" aunque trata de lograr utilidades para sí mismo, sin embargo tiene que pensar más en los otros que en sí, porque sus utilidades las gana sólo a través de su habilidad para satisfacer las necesidades de los demás.

El éxito de un vendedor puede estar no tanto en la forma en que habla a los clientes sino en como los escucha.

- Entusiasmo: Contagia optimismo y gusto por la acción.
- Audacia.
- Tenacidad : El común denominador en la entrega total " el genio se compone del 5% de inspiración y el 95% de sudor". Así, quien quiere ser un gran vendedor, debe ser un gran trabajador.
- La persona enérgica que canaliza su energía hacia el tráfico de cosas valiosas.
- Creatividad : No sólo vende mercancías si no ideas. El modo mas sencillo para elevar las ventas de un producto es hallando nuevos usos de ese producto; cada nuevo uso puede abrir un nuevo mercado.
- Presencia impactante: Casi todo el mundo se siente atraído hacia una persona importante y triunfadora y le complace tratar con ese individuo.
- Cultura: Una sólida base de cultura general, además necesita conocimientos específicos del medio socioeconómico, de la empresa, del producto, de los compradores de la competencia, y conocimientos siempre actualizados. Todas estas cualidades, según se aprecia, son educables y sólo quien quiera pagar ese precio por adquirirlas, puede esperar beneficiarse del éxito.

Aún el vendedor que no tiene ningún cargo ejecutivo debe conocer los principales aspectos organizacionales de la asertividad de las ventas a nivel de la empresa, porque él es una pieza de engrane total. El vendedor progresista quiere siempre ampliar su panorama.

Combinando la personalidad con el puesto correcto en la compañía adecuada y en la industria correcta, se logrará finalmente el éxito.

Capítulo II

Personalidad

El ser humano siempre ha visto su interés acaparado por algunos temas que le resultan apasionantes, entre éstos temas uno de los más frecuentes es la personalidad. Quien más ha intentado estudiar la personalidad, desde el punto de vista científico es la psicología.

La personalidad es un fenómeno complejo, que involucra comprensión de componentes fisiológicos, y procesos bioquímicos, así como la influencia del medio social, no existe un consenso general acerca de su definición o conceptualización.

Los factores que la conforman son múltiples, además de tener un carácter dinámico por lo que para su análisis habrá que situar desde cuál de sus campos será analizada. Existen diferentes teorías las cuales comparten puntos de vista por lo que han sido clasificadas de acuerdo al enfoque o contexto en el que se pretende explicar que es la personalidad, así por ejemplo están las teorías psicoanalíticas, conductistas, sociales, humanistas, y motivacionales las cuales resultan de particular interés entre ellas se encuentran las de Maslow, Murray, Rotter, por lo que se mencionarán brevemente para fundamentar dicho estudio.

Murray

Henry Murray acuñó (1938 citado en Dicaprio,1989) el término personología, que significa " el estudio científico de la personalidad total".

Sus conceptos abarcan la personalidad, el medio ambiente, y la historia del organismo. Ve a cada persona como algo altamente complejo y único y toma en cuenta la totalidad de los determinantes.

Murray tiene mucho en común con los teóricos interaccionistas (por ejemplo Julian B. Rotter y Walter Mischel) quienes opinan que el ambiente y la persona se moldean mutuamente.

Buscaba (1959, Idem) desarrollar conceptos funcionales para clasificar y entender la conducta y sus causas, tanto ambientales como intrapsíquicas. Puntualiza en gran medida la personalidad como una estructura real con fuerzas activas: necesidades, capacidades y logros. Por consiguiente, Murray acepta ambas variables, situación y persona como determinantes de la conducta.

Debemos señalar que el éxito en algo puede crear una necesidad, un factor que indica interacciones mutuas de causas internas y externas. La persona que se percata de su capacidad de influir en otros más de lo que esperaba, aunque nunca haya tenido una necesidad intensa de dominar o influir en los demás, puede adquirir esta necesidad por medio del éxito fácil de sus esfuerzos.

Murray hace hincapié, en la fuerza dinámica de las necesidades. Una necesidad específica puede inferirse al observar la ocurrencia repetida de conductas particulares que tienen un objeto común.

Desarrolló una lista de veinte necesidades básicas, que aunque son representativas, no todas están presentes en todos los individuos, además varían en su fuerza e intensidad. Murray creía que hay una jerarquía de necesidades, un concepto que después fue explicado con más detalle por Maslow, donde dos o más necesidades entran en conflicto, la más insistente será satisfecha primero. Algunas necesidades son prepotentes, lo cual significa que se vuelven muy urgentes si no son satisfechas, tal como las necesidades

de alimento o de eliminar los desechos fisiológicos. Otras necesidades pueden ser satisfechas juntas. Un actor puede ser capaz de satisfacer las necesidades de logro y de exhibición en una misma representación. Murray introdujo el concepto de presión, fuerzas de los objetos o personas dentro del ambiente que ayudan u obstaculizan a un individuo en el logro de sus objetivos. Los estímulos que despiertan a las necesidades nos motivan a buscar o a evitar ciertas clases de presión. Ejemplos de presión son la discordia cultural y la familiar, la pobreza, accidentes, pérdida de posesiones, presencia de hermanos, maltrato de contemporáneos, entrenamiento religioso, aliento, amistad, abuso sexual y enfermedad. Es importante distinguir entre presión alfa, propiedades o atributos reales del ambiente y presión beta, la percepción subjetiva del ambiente por el individuo. Las presiones beta son las determinantes de la conducta.

Las necesidades propuestas por Murray son las siguientes:

- Dominación: Controlar el propio ambiente humano, persuadir, dirigir y controlar a los demás.
- Deferencia: Admirar y apoyar a otro superior.
- Autonomía: Resistir la influencia o coacción.
- Agresión: Vencer la oposición de otro considerado una amenaza.
- Degradación: Someter en forma pasiva a una fuerza externa
- Logro : Realizar algo difícil. Luchar por obtener un ingreso alto. Alcanzar honores y recompensas por medio de logros sobresalientes.
- Sexo: Formar y favorecer una relación erótica.

- **Sensibilidad:** Buscar y disfrutar placeres sensuales.
- **Exhibición:** Causar una impresión (llamar la atención de las personas significativas hacia sí mismo).
- **Juego:** Relajarse, divertirse, buscar recreación y entretenimiento.
- **Afiliación:** Formar amistades y asociaciones.
- **Rechazo:** Despreciar, ignorar o excluir a otro.
- **Ayuda:** Buscar ayuda, protección o simpatía.
- **Cuidado:** Cuidar, ayudar o proteger a otro desamparado.
- **Evitación de sentirse inferior:** Evitar la humillación.
- **Defensa:** Defenderse contra el asalto, la crítica y la culpa.
- **Oposición :** Dominar o arreglar un fracaso luchando de nuevo.
- **Evitación de daño:** Evitar el dolor, la lesión física, la enfermedad y la muerte.
- **Orden :** Organizar las cosas.
- **Entendimiento :** La tendencia a preguntar o a responder cuestiones generales.

Las necesidades ejercen una fuerza dinámica que influye significativamente en la conducta.

- Al subrayar la fuerza dinámica de las necesidades, Murray coloca el Locus de control dentro de la personalidad. Sin embargo asigna una función

determinante en su concepto de presión, la cual frecuentemente está constituida por los estímulos que realzan las necesidades.

El conocer las necesidades puede ser insuficiente, si se ignoran los factores ambientales significativos.

Murray (1938, Idem) utiliza el término presión para representar un estímulo o situación. La idea de presión es que el ambiente puede obligar a la persona a caer en ciertas actitudes o situaciones difíciles.

Así como las necesidades nos hablan sobre las tendencias determinantes dentro del individuo, la presión nos brinda conocimiento del medio ambiente de una persona en particular.

Específicamente, podemos descubrir cuáles aspectos del medio ambiente son percibidos como amenazadores, peligrosos, favorables, provechosos, etc. El conocer las necesidades puede ser insuficiente, si se ignoran los factores ambientales significativos.

Murray introdujo el término diada para representar la relación entre la persona y el medio ambiente. La persona es compleja, pero el medio ambiente también lo es. Hay dos clases fundamentales de relaciones diádicas: aquellas que no incluyen reacciones al ambiente y aquellas que implican acciones sobre el medio ambiente.

Murray toma la posición de que la personalidad humana es dinámica. Una estructura, aunque se describa como psíquica, existe, crece, cambia y funciona. Es reactiva a las circunstancias en el medio ambiente pero también es proactiva a través de la actividad interna espontánea.

Murray (1954, Idem) Concluyó que una necesidad activa nos empuja a tomar acción haga o no una presión apropiada presente, por lo que los sucesos de la vida de la persona son ocasionados por el individuo. El o ella hacen que sucedan las cosas, e incluso las cosas que le acontecen a la persona son interpretadas dentro de la estructura de sus necesidades.

Maslow

Igual que Murray y Freud, Maslow da mucho énfasis a la motivación, pero se preocupó especialmente por las necesidades y motivos más elevados (los que son claramente humanos).

Maslow creía que los seres humanos estaban interesados en la maduración en lugar de la simple restauración del equilibrio o en evitar la frustración. Describió al ser humano como un "animal deseoso" que casi siempre está anhelando algo. En efecto, cuando un deseo humano es satisfecho, surge otro para ocupar su lugar. En el impulso de la autorrealización, el individuo avanza hacia la maduración, felicidad y satisfacción.

Maslow (1970, citado en Engler,1996) distinguía motivación y metamotivación. La motivación se refiere a la reducción de la tensión por medio de satisfacer los estados de deficiencia o carencia. Implica las necesidades "D" o necesidades por deficiencia, las cuales surgen de los requerimientos del organismo para su supervivencia o seguridad fisiológica, tal como la presión de alimentación o descanso, y motivan al individuo a participar en actividades que reducirán estos impulsos. La motivación y las necesidades "D" son determinantes poderosos de la conducta. La metamotivación se refiere a las tendencias de maduración. Implica a las necesidades "B" o necesidades de ser, las cuales surgen del impulso del organismo por autorrealizarse y satisfacer su potencial inherente. Las necesidades "B" no se derivan de una carencia o deficiencia; en vez de esto, empujan hacia delante para la autosatisfacción.

Su objetivo es mejorar la vida enriqueciéndola. En lugar de reducir la tensión, con frecuencia aumentan en su búsqueda de estímulos siempre crecientes que le proporcionarán una existencia vivida en plenitud.

La motivación y las necesidades "D" tienen procedencia sobre la metamotivación y las necesidades "B". Las necesidades por deficiencia deben ser satisfechas primero. Un individuo que tenga demasiado interés por el alimento con dificultad puede estar interesado en objetivos espirituales como la verdad o la belleza. Por tanto, a las necesidades se les puede concebir en un orden jerárquico en el que las de la base deben ser satisfechas antes de que puedan cumplirse aquellas necesidades que están en la cúspide.

En su jerarquía de necesidades, Maslow (1970, Idem, 1996) describió cinco necesidades básicas. En orden de su intensidad son: fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor, de autoestima y autorrealización. Cada necesidad inferior debe ser satisfecha antes de que el individuo pueda percatarse o desarrollar la capacidad de satisfacer las necesidades que ocupan un lugar más importante que ésta.

Conforme esto sucede, adquiere importancia la siguiente necesidad de orden superior. Para algunos individuos, debido a sus circunstancias, es muy difícil satisfacer incluso las necesidades más inferiores. Sin embargo, a mayor capacidad de desarrollo, mejor salud psicológica y autorrealización demostrará el individuo.

1.- Necesidades fisiológicas: Son las más fuertes de todas y se relacionan con la supervivencia física y el mantenimiento biológico del organismo. Incluyen la necesidad de alimento, bebida, sueño, oxígeno, abrigo y sexo. Muchas de las veces, las necesidades fisiológicas son satisfechas de manera casi automática. Sin embargo, si las necesidades biológicas no son resueltas en un período prolongado, un individuo no estará motivado para satisfacer ninguna otra.

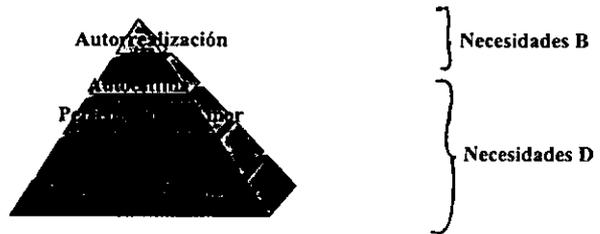
2.- Necesidad de seguridad: Se refiere a los requerimientos del organismo de poseer un mundo ordenado, estable y predecible. Estas necesidades pueden observarse con claridad en niños pequeños, neuróticos o en individuos que viven en ambientes inseguros.

3.- Necesidad de pertenencia y amor : Una vez que son satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, surgen las de pertenencia y amor. El individuo busca relaciones afectuosas e íntimas con otras personas, buscando sentirse parte de varios grupos de referencia, tales como la familia, el vecindario, la pandilla o una asociación profesional.

4.- Necesidades de autoestima. Maslow describió dos clases de necesidades de estimación: la del respeto de los demás y la de auto-respeto. La autoestima implica competencia, seguridad, dominio, logro, independencia y libertad. El respeto de los demás incluye reconocimiento, aceptación, estatus y aprecio. Cuando estas necesidades no son satisfechas un individuo se siente desalentado, débil e inferior. La autoestima saludable es una evaluación realista de las propias capacidades y tiene sus raíces en el respeto merecido de los demás.

5.- Necesidad de autorrealización. Si las necesidades precedentes han sido satisfechas, pueden surgir las de autorrealización si el individuo tiene el valor de elegir las. Estas necesidades son difíciles de describir debido a que son únicas y varían de una persona a otra. En general, la autorrealización se refiere al deseo de satisfacer el máximo potencial propio.

PIRAME MOTIVACIONAL DE MASLOW



La línea de Conducta Tipo A

Friedman y Rosenman en 1976, (citado en Rivera Carreño,1979),no atribuyen un origen " dinámico " a la presentación de la línea de conducta; sin embargo, en lo que se refiere a rasgos de personalidad, hábitos o conductas específicas, hacen una descripción de los síntomas y signos tal como lo han observado.

La línea de conducta tipo A es un complejo activo-emotivo que se observa en toda persona agresivamente implicada en una crónica e incesante lucha por conseguir cada vez más en menos tiempo, en contra de otras personas o de las cosas si ello fuera necesario. Es un tipo de "conflicto" socialmente aceptado e incluso a menudo alabado.

Las características que exhiben las personas incluidas en esta configuración, bautizada como personalidad A, están determinadas por la impaciencia, la urgencia, la implicación laboral, la competitividad y las conductas duras y hostiles.

En este tipo de conducta existen diferentes grados de intensidad y para que se manifieste, es necesario que exista un ambiente hostil como detonador.

Habitos que identifican a la Conducta Tipo A

Sensación de urgencia. Prisa.- El rasgo más significativo del hombre con conducta tipo A es su habitual sensación de urgencia o "enfermedad de prisa": Esto se debe a que se esfuerza por realizar demasiadas cosas o por participar en demasiados sucesos en un tiempo determinado, el cual nunca le parece ser suficiente. Constantemente intenta acomodar múltiples actividades y acontecimientos en un breve lapso de tiempo.

En un intento de ahorrar tiempo se fija plazos, a fecha demasiado temprana siempre, con lo cual se condena a sí mismo a un continuo apresuramiento. Si esta creciente persecución por una sensación de urgencia no se detiene, empieza a caer en un fenómeno que puede trastornar sus capacidades creativas e incluso de juicio. Este fenómeno supone la automatización del pensamiento y de la acción. El sujeto en cuestión, cada vez más, y de nuevo para ahorrar tiempo, tiende a pensar y a hacer las cosas exactamente del mismo modo. En su forma de pensar y de hacer, generalmente, va sustituyendo su energía creativa por la repetida urgencia.

La búsqueda del número.- Una de sus características es la acumulación de objetos. El tipo A se encuentra obsesionado por el número y puesto que muchas de las actividades se expresan en valores monetarios, el sujeto aparenta muchas veces estar absorbido por el dinero.

El dinero representa para el hombre Tipo A simplemente el símbolo de su progreso o actividad y con frecuencia dispone de gran cantidad. El número de objetos y no los objetos en sí, es lo que apacigua parcialmente y da seguridad al hombre de la conducta Tipo A.

La inseguridad.- El tipo de personas al que nos referimos, aparece como un ser confiado, con autoseguridad y autoconvicción, calculando el valor total de su personalidad según el número de sus consecuencias que deben ser

inevitablemente aquellas que según él consiguen captar el respeto y admiración de sus compañeros y superiores.

El número, no la calidad de sus consecuciones debe aumentar constantemente para saciar un apetito que, desenfrenado por otras limitaciones, aumenta insaciablemente.

Su inseguridad no está exclusivamente basada en la situación de su categoría socioeconómica en un momento dado. Antes bien, parece estar fuertemente relacionada con el ritmo al cual esa categoría aumenta (mejoramiento de categoría socioeconómica) . Este ritmo a su vez, depende del máximo número de realizaciones conseguidas en el mínimo tiempo, consecuciones reconocidas como significaciones por los continuamente cambiantes grupos de compañeros y superiores por quienes se siente juzgado.

La inseguridad podría ser efecto de aprendizajes "sociales" tempranos donde escasearon los reforzadores y el sujeto se vió obligado a luchar contra los demás o contra el reloj para conseguirlos.

Competitividad e inseguridad están estrechamente relacionados. La competitividad es un rasgo de la personalidad socialmente aceptado. Un rasgo de conducta deseable e incluso exigido en algunas ocupaciones y actividades. Se define como un " drive " o impulso para lograr algo, no por gozar el período previo a la consecución sino por la momentánea satisfacción de su culminación. El Tipo A compite de varias maneras : contra reloj, contra las demás personas, contra sí mismo o contra todo esto a la vez. En sus casos más extremos la competitividad se demuestra como un buscar y aceptar retos en el medio para poner a prueba las propias capacidades. Su competitividad tiene un fin : ganar y superar a sus contrincantes (Rivera Carreño,1979).

Esto se observa en las vendedoras que venden mas que otras. De acuerdo con Le Blanc (1973), se ha constatado en ciertos sujetos la existencia de una actitud competitiva manifestada en el deseo de obtener la cifra de ventas más elevada de la sección. Estos individuos consiguen una reputación de

inigualables, lo que les vale un prestigio dentro del grupo. Del mismo modo consideran que deben poder vender "lo que sea a quien sea". Quiere decir con esto que son competentes para vender todas las categorías de objetos, a todas las personas, de toda procedencia y de todos los medios.

Friedman y Rosenman señalan, en el fondo de toda competitividad late una inseguridad que sólo se calma cuando el sujeto inseguro se muestra a sí mismo que es capaz de lograr éxitos en cualquier actividad. Estas conductas se podrían ir explicando a través de los teóricos Murray y Maslow (anteriormente señalados), quienes ven la necesidad de logro y de autorrealización como algo relevante en la vida del sujeto ya que serán diferentes en cada persona que a su vez demostrará hasta donde pueden llegar sus capacidades o potencialidades.

Agresividad y hostilidad.- Tal vez la primera manifestación de presencia de agresividad u hostilidad en la mayoría de los casos sea la tendencia a discutir o competir siempre con otras personas.

Hay ciertas personas a las que se les considera como tipo A no porque estén comprometidos por la lucha constante por realizar el máximo número de cosas en un tiempo mínimo, sino por que son tan hostiles que están casi continuamente en lucha con otras personas o contra el tiempo.

Consecuencias de la Conducta Tipo A en el organismo

En una revisión de los datos del estudio Framingham (Haynes y Feinleib, 1980) señala que la hostilidad contenida y los elementos contextuales adversos (concretamente trabajar con un jefe intolerante) también contribuyen a aumentar el riesgo de cardiopatía isquémica en la mujer patrón A (Sander,R; Valdés, M; Riesgo, N, 1993).

En cierto sentido, los sujetos de Tipo A exponen sus arterias a una "alta tensión química" incluso durante los periodos de "baja tensión " de su vida diaria.

Al hacer la revisión de estas teorías, se observa que resulta de suma importancia el estudio del constructo de locus de control interno y externo, ya que a través de éste se pueden conocer muchas características de personalidad.

LOCUS DE CONTROL

El hombre continuamente forma conceptos, los cambia y descubre similitudes, responde a cualquier medio que lo rodea y lo relaciona con situaciones determinadas : De igual forma cuando percibe que las personas son semejantes porque pertenecen al mismo sexo, edad, ocupación y color desarrolla expectativas sobre esa gente y tiende a generalizarlas a otros (Rotter, Chance y Phares, 1972).

A estas expectativas generalizadas sobre la gente, las conductas y los reforzamientos relacionados con ella, se les ha llamado en Psicología : Actitudes Sociales (op.cit).

Rotter (1966) define la expectativa como la probabilidad sostenida por el individuo, de que un reforzamiento particular ocurrirá en función de una conducta específica por su parte, en una situación o situaciones específicas.

La expectativa es independiente del valor del reforzamiento y describe el grado en el que el individuo cree ser el agente que controla su propia conducta (Clark, 1971).

La necesidad de entender la conducta ha recibido mucha atención y se ofrecen varias explicaciones, muchas de las cuales son motivacionales (Maslow 1954, Murray 1938). Los sujetos actúan por la urgencia de satisfacer sus

necesidades, ya sean físicas, económicas, sociales, de seguridad, etc; es decir que hay una fuerza externa que evoca un comportamiento determinado, dicha fuerza va a depender de los conocimientos y experiencias que tenga el individuo (Hilgard, 1966).

La Teoría del Aprendizaje Social proporciona el cambio para la concepción de la naturaleza, de los efectos del reforzamiento y de los hechos o realidades de la personalidad (Rotter, Chance, y Phares, 1972) .

En los últimos años los investigadores de la Teoría del Aprendizaje Social han tomado en cuenta la dimensión del control interno y externo de reforzamientos. El papel del reforzamiento y la gratificación es universalmente reconocido por los estudiantes de la naturaleza humana como algo crucial en la adquisición y recompensa de las habilidades y el conocimiento.

Uno de los determinantes de esta reacción es el grado en el cuál un individuo percibe que la recompensa es causada por su propio comportamiento, contra el grado en el cual se siente controlado por fuerzas ajenas así mismo, las cuales son independientes de sus acciones. Esto depende de si la persona percibe o no una relación causal entre su propio comportamiento y la recompensa (Rotter, 1966).

Un evento que es percibido por algunas personas como recompensa o reforzamiento, es percibido por otras de manera diferente. El que un individuo perciba un evento como consecuencia de un comportamiento propio, dependerá hasta donde el siente o no que existe una relación entre su comportamiento y el evento.

El individuo selecciona los eventos que refuerzan o no su comportamiento, dependiendo de la percepción de la naturaleza o causa de la relación entre reforzamiento y comportamiento anterior.

Cuando los reforzamientos percibidos por el sujeto no son completamente contingentes a sus acciones, entonces en nuestra cultura son percibidos como resultado de la suerte, oportunidad, destino, bajo el control de otros poderosos, o bien como impredecibles debido a la gran complejidad de las fuerzas de su entorno. Cuando el sujeto percibe el evento de esta forma, se cree en un control externo. Si el sujeto percibe que el evento es contingente sobre su comportamiento o sus características relativamente permanentes, se denomina a esta creencia control interno (Rotter 1966).

Una vez que una expectativa para tal secuencia de comportamiento-reforzamiento se construye en el fracaso del reforzamiento a ocurrir, va a reducir o a extinguir la expectativa.

Esto es, si una persona recibe un reforzamiento como contingente de su propio comportamiento, entonces el que ocurra un reforzamiento positivo o negativo fortalecerá o debilitará el potencial para que ese reforzamiento ocurra nuevamente en una situación similar.

Si el sujeto percibe el reforzamiento como externo a su propio control o no contingente, es decir, que depende de la suerte, destino o de la oportunidad, entonces el comportamiento anterior es menos probable que se vea fortalecido o debilitado.

Dependiendo de la historia personal del individuo acerca del reforzamiento, este diferenciará el grado en el cual atribuirá reforzamientos a sus propios actos (Rotter, 1966).

De la Teoría Social del Aprendizaje se puede anticipar entonces que diferentes aspectos educacionales o situacionales producen diferentes tipos de aprendizaje, el aprendizaje bajo condiciones de oportunidad o suerte es diferente al aprendizaje bajo condiciones de habilidad (Rotter, Liverant y Crow, 1965).

Rotter supone que las expectativas se generalizan de una situación a otra serie de situaciones percibidas como relacionadas o similares, por lo cual la historia individual de reforzamientos influirá en el grado en que las personas atribuyen diferentes reforzamientos a sus propias acciones.

Se entiende por Locus la localización de la causa, la cual puede ser algo que está en la persona como habilidad o esfuerzo (interno), o fuera de ella como suerte o dificultad (externa); esto con base en la Teoría del Aprendizaje de Tolman (1932) quien postula que el aprendizaje es independiente de la respuesta, lo interno y lo externo lo refiere al origen del control, al cual el individuo lo percibe como contingente o no a sus acciones (en Hofstatter, 1960).

La importancia de este constructo radica en que una persona se anticipa ante una situación dada de acuerdo a las expectativas generales que se ha formado según sus experiencias pasadas de reforzamiento, lo cual puede afectar una gran variedad de conductas.

Rotter (1966) afirma que los individuos con un locus de control interno están más relacionados a experiencias de buen éxito y conductas de logro ya que son personas que:

- ◆ Están más atentos a todo aquello que les pueda dar información para su conducta futura.
- ◆ Intentan aumentar sus condiciones ambientales.
- ◆ Ponen mayor atención en las destrezas o reforzamientos de logro y más comprometidos por sus habilidades en especial sus fracasos o errores.
- ◆ Son más resistentes a manipulaciones exteriores que lo puedan influenciar.

Lefcourt (1984) reporta además:

- ◆ Mayor procesamiento cognitivo, un aprendizaje más intencional.
- ◆ Selección de más tareas de reto, mayor habilidad para obtener gratificación y persistir a pesar de dificultades.
- ◆ Mejores relaciones interpersonales, mayor asertividad hacia los demás, mayor respeto.
- ◆ Mayor autoestima, mejor sentido del humor, menor ansiedad y menor depresión.

Para Weiner (en Romero García, 1980) el control se refiere a la naturaleza temporal de la causa, algunas causas tales como habilidad y dificultad de una situación permanecen invariables en el tiempo. Otras causas tales como el esfuerzo o la suerte pueden cambiar de un momento a otro : esto significa que una causa puede ser clasificada de acuerdo a cuan estable es.

El control se relaciona con el hecho de que una persona puede o no ser capaz de manejar o influir la causa de un evento, por ejemplo, la habilidad es percibida como incontrolable por parte de la persona, mientras el esfuerzo es percibido como controlable. Así, se tiene que si un individuo fracasa y lo atribuye a su falta de habilidad, esto tenderá a maximizar su sentido de incompetencia, pero si el hecho es exitoso, los efectos serán de sentimientos de competencia.

La atribución del éxito a causas externas se relaciona con sentimientos de gratitud, como la atribución al fracaso a las mismas causas se relaciona con efectos tales como rabia y odio; el mismo evento atribuido a causas diferentes

tendrá distintos efectos motivacionales y afectará el comportamiento futuro de manera diferente.

Por lo tanto, la expectativa de éxitos es afectada por la percepción del control, en el sentido de que las cosas controlables se espera que sean más susceptibles al cambio que las incontrolables (Romero García 1980).

Para Rotter (1966). El control se refiere a la iniciación del estímulo que es independiente a la respuesta, mientras que lo interno-externo se refiere a la percepción de los eventos actuales.

El Locus de control se refiere a como una persona percibe sus reacciones entre sus acciones y consecuencias, esta percepción puede ser de una manera interna o externa. El Locus de Control interno revela la percepción de que los eventos son consecuencia de las propias acciones y que estos eventos están potencialmente sobre el control personal (esfuerzo, trabajo).

Las personas que tienen orientación externa son las que creen que sus acciones están dominadas por factores en los cuales ellos tienen poco control o no control, como puede ser la suerte, destino o los poderes de otros (Rotter, 1966).

Dentro de los externos recientemente los autores Levenson (1975), Prociuk y Breen (1975) y Romero García (1980), suelen diferenciar entre externos defensivos, que son aquellos individuos que se perciben como controlados por seres poderosos y externos auténticos o congruentes, que son aquellos individuos que se autoperciben como controlados por el azar, la suerte o el destino.

Merton (en Rotter, 1966) consideró que la creencia en la suerte es una conducta defensiva, ya que presenta un intento de ser psicológicamente funcional, lo que permite conservar la autoestima ante el fracaso.

Para Mc Clelland (en Jhonson, 1972) Cuando un individuo tiene una serie de fracasos tiende a asociarlos con el control externo.

El poder atribuir el fracaso a factores externos (suerte, azar o destino), permite al sujeto de status bajo mantener cierto respeto por sí mismo y no sacar provecho de sus errores y derrotarse a sí mismo.

Para Veblen (en Rotter, Chance, y Phares, 1972), el creer en la suerte u oportunidad es característico de sociedades ineficientes, la creencia en la oportunidad y la suerte como solución de un problema se asocia con la baja productividad.

La persona que tiene una alta estima de si, se propondrá niveles elevados de aspiración y trabajará para lograrlo : aquella que se ve a si misma en calidad inadecuada, dudará en atacar los problemas difíciles por temor al fracaso (Sawrey y Telfrod, 1979) .

Para Mc Reynolds y Guevara (en Romero García, 1980) las expectativas de éxito-fracaso se reflejan en las creencias relativas de la persona de que sus conductas deben dirigirse anticipadamente hacia el logro del éxito y no a la evasión del fracaso.

Se han hecho estudios con sujetos de autoestima baja, donde estos presentaron un rechazo al éxito cuando éste se atribuyó a su habilidad, no así cuando se atribuía a la suerte, mientras que los realizados con sujetos de autoestima alta, mostraron una mayor responsabilidad (Piers, 1977).

Los términos de habilidad y suerte sugieren que el término de Locus de Control interno – externo pueden estar relacionados de alguna manera con la autoestima, ya que una alta autoestima generalmente implica expectativas de éxito, mientras que una baja autoestima, expectativas de fracaso.

Las personas con un concepto de sí bien integrado y estable tienden hacia una internalidad, se comportan por su cuenta y aceptación propia en vez de por el beneplácito de los demás (externo) (Lloyd, Chang y Powell, 1979).

Algunos autores coinciden en que la creencia del control interno – externo del reforzamiento parece ser alimentada en el sujeto desde su edad más temprana por la protección paternal, educación, afectividad, etc.

Para Loeb (1975) el desarrollo del Locus de Control se alcanza en el tercer grado escolar, debiendo los antecedentes encontrarse en el medio ambiente, dentro del cual lo más sobresaliente son los padres y menciona tres conceptos fundamentales:

1. Identificación : El niño necesita imitar el concepto de modelos de control poderosos.
2. Explicación del papel complementario : esto sugiere que los niños con padres que ejercen poco control, tendrán un foco de control interno, los niños con padres directivos o de alto control se espera desarrollen un centro de control externo, y que los niños con padres moderados en su control desarrollen un centro de control interno.
3. Este concepto se refiere a una explicación del reforzamiento; el reforzamiento positivo de un comportamiento será seguido de un reforzamiento en el futuro.

Loeb (1975) considera que el padre altamente directivo, tiende a tomar las decisiones y regula el comportamiento del niño impidiéndole así una sensación de autonomía : este niño percibirá sus logros personales probablemente como determinados por otros, fallará al tomar responsabilidades, deteriorándose su autoconfianza e iniciándose a sí un Locus de control externo.

Un padre más moderado, sugestivo, parece proporcionar el desarrollo de un Locus de control interno, facilitando, la competencia y un comportamiento responsable e independiente.

Sin restarle importancia al padre, el papel que juega la madre es un predictor más consistente en el Locus de control de los hijos, que el que juega el padre. Si el hijo se identifica con el padre directivo, puede desarrollar un grado de internalidad sin importar la orientación del Locus de Control del padre, una madre altamente directiva, pone al hijo en una situación de poco control (externamente orientado).

Bould (1977) hipotetiza que los niños sin padre experimentan una importante dosis de suerte y que mostrarán una conducta más externa, que los niños de hogares con padres.

Mc. Clelland (en Jhonson, 1966) dió especial importancia a la influencia de la cultura y las prácticas educacionales de los primeros años, consideró importante la autoestima que se tenga en relación a los maestros y compañeros, y los éxitos y fracasos que se obtienen en tareas académicas.

Son varias las investigaciones que han demostrado que la percepción de una situación como controlada por la suerte, el destino o el poder de otros, influye en la predicción de diferencias culturales, en comparación de situaciones en las que el individuo siente que el reforzamiento es controlado por su propia conducta (Rotter y Murly, 1965, Lefcourt, 1986, Feather, 1986, 1987, 1988;Phares,Ritchie y Davis, 1988; Phares, 1991, citado en González, 1997). Estos estudios muestran claramente diferencias entre individuos externo e internos en lo que respecta a: el valor que otorgan a la misma recompensa; el tiempo que tardan en tomar una decisión con instrucciones de habilidad o de causalidad; la atracción por el éxito o la repulsión por el fracaso cuando se incrementa la dificultad de una tarea; la influencia del éxito o fracaso inicial en desempeños posteriores: la reducción del valor del reforzamiento y la reacción

a la amenaza. Asimismo muestran que los sujetos internos manifiestan más iniciativa en sus esfuerzos para alcanzar metas y controlar el ambiente que los externos. Además se ha encontrado una asociación negativa entre la autoestima y la externalidad (Morrison y Morrison, 1979, citado en La Rosa, 1986).

Estas diferencias culturales están relacionadas con la forma en que los individuos enfrentan su medio ambiente, considerándose que los individuos orientados internamente, confiarán más en sus habilidades y sentirán que son capaces de modificar algunas situaciones del medio ambiente; y que son debidas a fuerzas externas a ellos.

CAPITULO III

Medición de Locus de Control

Uno de los primeros intentos para medir las diferencias individuales en cuanto a una expectativa generalizada o creencia en el control externo como una variable de personalidad fué empezado por Phares en 1957, en su estudio de efectos de causalidad y habilidad en las expectativas de reforzamiento.

Phares (en Rotter, 1966) desarrolló una escala tipo likert con 13 reactivos declarados como actitudes externas y 13 con actitudes internas, encontró que los reactivos determinados en una dirección externa daban bajas predicciones, y que individuos con actitudes externas podían comportarse de una manera similar como lo hacen todos los sujetos cuando cambian en una situación de causalidad contra una situación de habilidad.

El trabajo de Phares fue seguido por James en 1957, quien revisó la prueba de Phares usando un formato likert y elaboró 26 reactivos, más reactivos de relleno basados en los reactivos que parecían ser los más exitosos en el estudio de Phares.

Esta escala de James-Phares ha sido usada en investigaciones con diferentes individuos, en expectativas generalizadas para control interno- externo.

James (en Rotter, 1966) pudo encontrar correlaciones bajas pero significativas entre su prueba y el comportamiento en la situación de trabajo.

Mas tarde, Shephard Liverant en asociación con Rotter y Seeman (en Rotter, 1966) desarrollaron subescalas para diferentes áreas tales como aprovechamiento, afecto, actitudes sociales y políticas en general, y control

para la deseabilidad social, por medio de la construcción de un nuevo cuestionario de elección forzada.

La primera versión de la escala incluyó cien reactivos de elección forzada, cada uno comparando una creencia externa con una creencia interna.

Un análisis factorial de los reactivos de la escala de los 60 reactivos, indica que las subescalas no eran generadoras de predicciones separadas : los reactivos de aprovechamiento tendían a relacionarse con la deseabilidad social y algunas subescalas se correlacionaban con otras en el mismo nivel que el de consistencia interna.

Con esta base, los reactivos para medir subáreas más específicas de un control interno – externo fueron abandonados.

Una reducción y una purificación de la escala de 60 reactivos fué hecha por Liverant, Rotter y Crowne en 1961.

La escala se redujo a 23 reactivos, mas 6 reactivos de relleno, los cuales se incluyeron intentando hacer algo mas ambiguo el propósito de la prueba.

La escala en su versión final quedó constituida por 29 reactivos de elección forzada, cada reactivo está constituido de dos opciones, una que expresa una creencia en el control interno y la otra una creencia en el control externo.

Los reactivos tienen que ver con las expectativas de los sujetos de cómo el refuerzo es controlado; esta medida es referida como la escala I-E (internalidad – externalidad).

Consecuentemente la prueba es considerada como una medida de una expectativa generalizada, dicha expectativa puede generalizarse con el valor que el sujeto le pone al control interno, pero ninguno de los reactivos es directamente adscrito a la preferencia para el control interno y externo.

Levenson en 1974, elaboró una escala multidimensional para medir el foco de control, la cual está constituida por 3 subescalas:

1. Internalidad
2. Otros Poderosos
3. Azar

Cada una de las escalas está constituida por 8 reactivos, algunos de los cuales fueron adaptados de la escala de Rotter y otros fueron construidos específicamente para su instrumento, según el formato likert y no en el estilo de elección forzada, siendo por eso estadísticamente más independientes.

Esta escala es concebida como multidimensional ya que las expectativas de suerte, destino y otros poderosos, no podrían ser consideradas con el rubro de control externo como lo hizo Rotter (1966) en la escala que construyó y que pretendiera unidimensionalidad (en Romero García , 1980).

En México, La Rosa (1986), con base en un análisis de la aplicación de las escalas de Rotter (1966) y Levenson (1974) a una muestra de estudiantes universitarios, elaboró una escala multidimensional, tipo likert, para medir Locus de Control en la cultura mexicana. Dicha escala estaba constituida por 61 reactivos que incluían 5 dimensiones o subescalas:

1. Internalidad Instrumental.- que incluye 12 reactivos.
2. Afectividad .- que incluye 12 reactivos.
3. Fatalismo/ Suerte .- que incluye 14 reactivos
4. Otros poderosos . Debido al surgimiento de un nuevo factor no previsto, ésta subescala quedó dividida en 2 dimensiones:
 - A) Poderosos del microcosmos.- que incluye 12 reactivos.
 - B) Poderosos del macrocosmos.- que incluye 11 reactivos.

Los 2 estudios en los cuales la Rosa (1986) realizó análisis factorial apoyan la existencia de estas 5 subescalas o factores siguientes:

- Factor 1.- Fatalismo / Suerte.- Se refiere a las creencias de un mundo no ordenado en donde los refuerzos dependen de factores azarosos, tales como la suerte o destino, por ejemplo: "Un buen empleo es cuestión de suerte".
- Factor 2.- Poderosos del Macrocósmos y Subescala de enajenación socio-política.- Se refiere a personas que tienen el control porque tienen poder, y su acción repercute en su vida, se podría nombrar entre otros, los diputados, los políticos, gobernantes de las naciones poderosas o jefes del ejecutivo de diversos niveles (ciudad, estado, país), ejemplo: "El problema de la contaminación está en manos del gobierno y lo que yo haga no cambia nada".
- Factor 3.- Afectividad: Describe situaciones en las que el individuo consigue sus objetivos a través de relaciones afectivas con quienes le rodean, ejemplo: "Si le cai bien a mi jefe puedo conseguir mejores puestos en el trabajo".
- Factor 4.- Internalidad Instrumental : Se refiere a situaciones en las que el individuo controla su vida debido a su esfuerzo, trabajo y capacidades, ejemplo: "Que yo consiga un buen empleo depende de mis capacidades".
- Factor 5.- Poderosos del Microcósmos.- Se refiere a las personas que tienen el poder, están mas cercanas al individuo y controlan los refuerzos que le interesan; entre tales personas se encuentran el jefe, patrón, dueño de la empresa y otras.

La diferencia entre los poderosos del micro y macrocosmos radica en la mayor proximidad o distancia en que se encuentra la persona con poder del individuo:

Uno forma parte del microsistema social del individuo mientras que el otro se ubica en el macrosistema.

Calificación

La escala de Locus de Control es evaluada ítem por ítem, considerando la selección de los números del uno al cinco con la que el sujeto este más de acuerdo. Los números corresponden a:

- 1 Completamente en desacuerdo,
- 2 Desacuerdo,
- 3 Ni en acuerdo, ni en desacuerdo,
- 4 De acuerdo, y
- 5 Completamente de acuerdo

El sujeto podrá elegir una de éstas opciones, por ejemplo:

1	El problema de hambre está en manos	1	2	3	4	5
↑	de los poderosos y no hay mucho que					
	pueda hacer.					
No. de						
reactivo						

La calificación de este ítem, será por lo tanto 4.

Pero realmente esta calificación no dice nada, por lo cual se tendrá que ubicar dentro del factor al que corresponde.

Factor I, Fatalismo / Suerte; contiene 14 reactivos que son: 2, 6, 10, 12, 15, 18, 25, 30, 32, 40, 47, 51, 56, 60.

Factor II, Poderosos del macrocosmos; contiene 11 reactivos que son 1, 4, 5, 9, 16, 20, 29, 37, 43, 54, 61.

Factor III, Afectividad; contiene 9 reactivos que son: 7, 14, 21, 23, 26, 31, 42, 52, 57.

Factor IV, Internalidad Instrumental; contiene 10 reactivos que son: 13, 19, 27, 34, 38, 44, 46, 49, 53, 58.

Factor V, Poderosos del microcosmos; contiene 9 reactivos que son: 17, 24, 35, 39, 41, 45, 48, 50, 59.

Al sumarse un ítem a las calificaciones de los otros reactivos del mismo factor, se obtendrá una calificación global del reactivo. Por ejemplo:

Tomando los reactivos del factor I y suponiendo las siguientes calificaciones:

$$2 = 1$$

$$6 = 1$$

$$10 = 1$$

$$12 = 4$$

$$15 = 5$$

$$18 = 5$$

$$25 = 5$$

$$30 = 5$$

$$32 = 5$$

$$40 = 5$$

$$47 = 5$$

$$51 = 5$$

$$56 = 5$$

$$60 = 5$$

Se obtiene un total de 53, este es dividido entre el número de reactivos que lo componen (en este caso son catorce), para obtener la calificación global que es 3.79.

Considerando que la calificación más alta en este test por factor es cinco, la más baja uno y la media 2.5, el puntaje anterior estaría por arriba de la media.

Posteriormente después de obtener las calificaciones globales por factor, se procede a la evaluación cualitativa del test. Es decir, en base a lo que mide cada factor, se hará la interpretación de los datos obtenidos.

Estudios Previos

Son numerosos los estudios realizados acerca de la relación entre LC y diversas variables de personalidad, como puede apreciarse en las revisiones de Lefcourt (1991) y Reynolds (1986). La mayoría de los estudios que se han llevado a cabo son de tipo correlacional, y los resultados muestran que existen diferencias en las características de los sujetos externos e internos.

Dentro de las conductas que se han estudiado en relación con locus de control son la autoestima (Fish y Karabenick, 1991) y el estilo cognitivo (Farley, Cohen y Foster, 1986, Díaz-Guerrero y Castillo-Vales, 1981). Se ha encontrado que ambas variables correlacionan positiva y significativamente con locus de control, o sea que, los sujetos internos tienen un nivel de autoestima mayor que los externos; y desarrollan un estilo cognitivo independiente, opuesto al que desarrollan los externos, que es dependiendo del campo.

De igual manera se ha estudiado el locus de control como determinante de la cantidad de influencia ejercida, encontrándose que los sujetos internos se resisten más a la influencia social que los externos (Phares, 1991).

Otros estudios se han enfocado al análisis de locus de control y la necesidad de logro. Los resultados denotan que las personas con alta internalidad muestran alta necesidad de logro. Asimismo los sujetos internos seleccionan tareas que comprometen sus capacidades o metas controlables, esto es, exigen habilidades en posición de la persona (o susceptibles de ser aprendidas) pero no tareas o metas básicamente azarosas (Romero 1990, citado en González, 1997).

Referente al nivel socioeconómico, variable que puede ser importante en el locus de control por la determinación que implica en la percepción de oportunidades, existe muy poca información, sin embargo se ha encontrado que los individuos que dependen de fuerzas externas provienen más bien de niveles socioeconómicos bajos y actúan de manera defensiva contra su fracaso, éstos se resienten menos a las manipulaciones de otros (Rotter 1966, Idem).

En cuanto a la relación de edad y locus de control se han encontrado diferencias significativas en internalidad , aumentando dicha dimensión con la edad cronológica a partir de los 30 años de edad (Tamayo 1993, citado en González, 1997).

Varios estudios sugieren que existen diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a las puntuaciones obtenidas en control interno-externo (Crandall y otros, 1985; McGhee y Crandall, 1988; Parsons y Schneider, 1984; McGinnies, Nordholm, Ward y Bhanthumnavin, 1984; Krapen y Wieger, 1981).

Los resultados muestran que generalmente las mujeres obtienen puntajes más altos en control externo.

Una serie de investigaciones se han llevado a cabo utilizando la escala Internalidad-Externalidad de Rotter asociada con otras variables. Aunque los resultados no fueron siempre consistentes en lo que se refiere a dicha asociación.

Entre los estudios realizados se pueden citar el de Ritchie y Davis (en Mischel, 1976), quienes investigaron a un grupo de estudiantes con control interno y otro con un control externo, a ambos grupos se les administraron pruebas de autoconcepto .

Los estudiantes con un control externo mostraron una tendencia mayor a seleccionar material negativo para autodescribirse, que aquellos que evidenciaron un control interno, indicando así, que existe una clara interacción entre la internalidad y la experiencia de éxito.

Lloyd, Chance y Powell (1979) en otro estudio, encontraron una correlación significativa entre la escala Internalidad – Externalidad de Rotter y la escala de Autoestima de Berger, indicando que una orientación interna esta asociada con una alta autoestima.

Los adolescentes con alta autoestima, se espera que acepten responsabilidades para los éxitos, pero no para los fracasos, quizás porque se perciben generalmente experimentando éxitos y desarrollan un Locus de Control más interno: mientras que el adolescente con baja autoestima se espera que acepte responsabilidades para los fracasos pero no para los éxitos, puesto que se percibe a sí mismo generalmente experimentando fracasos. Intenta protegerse al destacar la responsabilidad y desarrolla un locus de control más externo.

Cuando un adolescente con alta autoestima se enfrenta con un fracaso hay una desconfirmación de sus expectativas, lo que llevará a rechazar el fracaso,

pero habiendo construido un marco de referencia interno, la tendencia de aceptar esta oposición.

Edwin y Schmid (1981) realizaron un estudio sobre la relación de identidad y el locus de control, en estudiantes de preparatoria; encontraron que los jóvenes que calificaron con puntajes altos en la escala de identidad de Edwin tendían hacia un control interno.

Una estrecha relación con el Locus de Control es la motivación: los trabajos de Mc Clelland y Atkinson (en Rotter, Chance y Phares, 1972) con adultos, y de Katkousky y Crandall (1962) con niños, sugieren que la gente con alta motivación de logro probablemente tenga un control interno, pero puede haber sujetos con baja necesidad de logro, que piensan que su conducta determina la calidad de las recompensas que obtienen.

Efran (en Rotter, Chance y Phares, 1972) investigó la motivación de logro y el control interno-externo en estudiantes de preparatoria con tendencia a la represión de fracasos en opción al éxito. Encontró que la tendencia a reprimir los fracasos estaba significativamente relacionada con los puntajes de la escala de Locus de Control; los sujetos con un control externo tienen una menor necesidad de reprimir sus fracasos, ya que han aceptado que los factores externos determinan sus éxitos y fracasos.

También se han hecho estudios en donde se ha relacionado el Locus de Control con los factores sociodemográficos.

Battle y Rotter (en Rotter, Chance y Phares, 1972) realizaron un estudio sobre Locus de Control y su relación con el nivel socioeconómico y el grupo étnico en 80 niños negros y blancos: se observó que la interacción entre clase social y grupo étnico estaba fuertemente relacionada con las actitudes de control interno y externo.

Los niños negros de clase baja tenían un control más externo que los negros o blancos en la clase media; los niños de clase media tenían un control más interno que los niños de clase baja; los negros de clase baja con un coeficiente intelectual alto, tenían un control más externo que los blancos de la clase media con menor coeficiente intelectual.

Kumar y Awadehejh (1986) realizaron un estudio en la India con 400 jóvenes de ambos sexos, socialmente aventajados y desaventajados en 4 factores de ventaja y desventaja ; casta, status socioeconómico, educación paterna y lugar de residencia.

Se aplicó una versión Hindú de la escala de Internalidad – Externalidad de Rotter, encontrando factores significativos como casta baja, pobreza socioeconómica y entorno educacional; se encontró mayor externalidad en desaventajados y mujeres.

Los resultados sugieren que los miembros de grupos minoritarios y clase social baja tienden a tener mayor externalidad.

En otras investigaciones, se han hecho intentos para explicar las características del Hispano-Americano.

Lefcort (1984) menciona los siguientes resultados de una serie de cinco estudios hechos con hispano-americanos, los que incluyen o implican el status socioeconómico, edad y educación como modeladores importantes. Estos estudios con muestras de adultos de clase baja han encontrado que los hispano-americanos tienen más control externo que los blancos.

Coleman (en Lefcourt, 1984) en un estudio hecho con niños de high school, puertorriqueño-americanos, mexicano-americanos y blancos (americanos) encontraron que tanto los puertorriqueños-americanos y mexico-americanos tienen significativamente más control externo que los blancos.

Jesson, Graves, Hanson y Jessor (1968) en su estudio con hispano-americanos en una comunidad étnica en Colorado, hallaron que los hispanos tenían más control externo que los adultos blancos y nativos americanos, sin embargo estas diferencias no fueron observadas en los estudiantes de high school de la misma comunidad.

Scotty y Phelan (1969) encontraron que un grupo mexicano-americanos teóricamente desempleados presentaron un mayor control externo que un grupo de blancos pero con seguro de desempleo.

Garza y Ames (1974) en su investigación con estudiantes de college mexicano-americanos y anglo-americanos parejos. En el nivel socioeconómico con estudiantes americanos, encontraron significativamente más control interno los mexico-americanos que los anglo-americanos. Estos resultados contradicen el estereotipo de que los mexicano-americanos son fatalistas y controlados por fuerzas externas : sin embargo, los autores sugieren que tal contradicción se debe a que el nivel educativo contribuye a una gran percepción del control interno (en Lefcort, 1984).

Madsen (en Marín, 1981) sugiere que el hispanoamericano es un ser subyugado ante la naturaleza, ya que acepta los eventos de la vida con resignación.

El status socioeconómico de los sujetos es una variable importante que tiene gran influencia en la percepción del control, la cual marca diferencias significativas cuando se estudian sujetos de un mismo país, con diferentes niveles socioeconómicos (Marín,1981) .

Los estudios realizados por Díaz Guerrero (1982) con sujetos mexicanos caracterizados por su estilo de vida pasivo, muestran diferencias significativas en la pasividad, los individuos con clases sociales bajas exhiben una mayor pasividad que los individuos de clases sociales más altas.

En cuanto a la relación de la edad con el Locus de Control, Lumpkin (1986) encontró que el locus de control interno decrece después de la edad media : las personas de 65 años o más muestran un alto grado de control externo.

Limpkin (1986) infiere que es posible que los individuos de edad avanzada exhiban esta característica mas que los jóvenes porque en la vejez la salud decae y la actividad y la interacción social se reducen.

La importancia de la relación entre edad y locus de control radica en que este último ha sido atribuido a numerosos factores tales como rivalidad, vida satisfactoria, salud, actividad, percepción de riesgo o peligro, los cuales afectan a los sujetos de edad avanzada en su vida diaria.

Recientemente, otra área en donde se han realizado investigaciones que relacionan el Locus de Control con otras variables, es la laboral.

Kulcarni (1983) realizó un estudio referente a la relación entre el locus de control interno vs. Externo y satisfacción laboral en empleados bancarios de una compañía de seguros.

Se compararon las mediciones sobre un índice de satisfacción laboral con los resultados de la escala Internalidad – Externalidad de Rotter; los resultados mostraron una relación negativa significativa entre satisfacción laboral y locus de control externo.

La muestra con puntaje mas alto en locus de control interno presentó puntuación más alta de satisfacción laboral : los resultados obtenidos indican que la dimensión de Locus de control puede servir como variable de personalidad potencial, capaz de determinar las conductas orientadas al logro de metas de empleados; el constructo de Locus de Control puede también facilitar el entendimiento de diferencias individuales en conducta organizacional.

En un estudio realizado por Oliver John en 1983 con profesionistas y trabajadores de 10 posiciones jerárquicas, donde se investigó la satisfacción laboral en relación con el locus de control en dos tipos de trabajo, se puso a prueba la hipótesis de que las personas con profesión (profesionistas) podrían exhibir mayor satisfacción laboral y mayor control interno que los trabajadores con posiciones jerárquicas.

Se les aplicó un cuestionario de Satisfacción Laboral y la escala Internalidad – Externalidad de Rotter; los resultados indicaron que la mayoría de la varianza en satisfacción laboral se explicó más por diferencias individuales en locus de control y por diferencias organizacionales, que por un diseño de trabajo.

En 1989 Achamba y Kurman realizaron otro estudio con trabajadores de industrias y fábricas públicas y privadas, donde se relacionó el Locus de Control y la Satisfacción Laboral.

Se encontró que la muestra orientada hacia una mayor internalidad exhibió mayor satisfacción laboral que la muestra menos orientada hacia la internalidad, sin considerar la naturaleza del trabajo o la organización.

Las investigaciones realizadas en cuanto a la relación entre Locus de Control y Satisfacción Laboral, parece inferir que una mayor orientación hacia la internalidad contribuye hacia una mayor percepción de satisfacción con el trabajo.

En otro estudio hecho por Witt (1988) se examinó la hipótesis de que la internalidad en Locus de Control para logros y afiliación podrían estar relacionada positivamente con el desempeño laboral, requiriendo destreza social.

Los resultados obtenidos mostraron que la internalidad se asoció con altos niveles de desempeño.

Estos hallazgos sugieren que el Locus de Control para afiliación podría ser un constructo útil para explicar resultados de conductas sociales o de trabajo.

Debido a que la importancia del instrumento elaborado por La Rosa estriba en que fué elaborado para la cultura mexicana, es interesante mencionar los estudios de las características de las actitudes de la población mexicana hechas por Díaz Guerrero (1982) y Armoni (1985).

Armoni (1985) elaboró un análisis del mexicano en el que plantea que este es un producto de una larga evolución histórica y social , resultado de influjos culturales, económicos, psicológicos y de estas características heredadas del español, indígena y mestizo.

Llegó a la conclusión de que no existe un mexicano prototipo de cuyas características pueda hablar, ya que a raíz de la colonia se produjeron cambios determinantes en los pobladores que influyeron en su forma de ser y desenvolverse.

Propone las siguientes características de la actitud del mexicano hacia la vida, ya que según su opinión han prevalecido a lo largo de la historia:

- Rasgo de duda arraigado en un mundo de magia y superstición que han persistido en forma similar hacia aspectos semejantes en un mundo de tecnología.
- La desconfianza en que ha vivido, ya que ha sido utilizado y tratado sin importancia y sin recibir reconocimiento a sus logros, ha creado un sentimiento de desconfianza ante la gente que lo rodea.

- Grave sensación de infravalía masculina debida a la escasa identificación con el padre, que se disfraza en el machismo o exaltación de valores y cualidades que no posee.
- “Ninguneo” que es el negarle méritos a una persona, tratar de disminuir su valor, hallar siempre el aspecto negativo de las cosas, intentar la disminución de cualquier realización, se dice que nadie vale nada y esto conlleva a que nadie puede ser bueno, honrado, amoroso, productivo, sincero, responsable, etc.

Aunque las características propuestas por Armoni no se pueden generalizar a toda la población, pues no toda es mestiza, parte de ella presenta dichas características, por ello es importante su mención.

Díaz Guerrero (1982) ofrece una serie de estudios realizados sobre el mexicano en diferentes áreas (familiar, escolar y laboral), siempre estableciendo un patrón de comparación con la cultura norteamericana.

Este propone un concepto general de las características del mexicano, sin pretender ser determinante (ya que considera las variaciones derivadas de las diferencias individuales propias de cada individuo, así como las de región a región).

Ofrece una definición de áreas de consistencia en ciertos aspectos de la personalidad genérica del mexicano, es decir, áreas que se mantienen constantes a través de la mayoría de los cambios regionales e individuales.

Díaz Guerrero (1982) propone algunos aspectos que considera significativos en la personalidad genérica del mexicano:

- Lo afiliativo, que para el mexicano es aun mas importante que lo económico, se dice que la gente trabaja no tanto para satisfacer sus necesidades personales sino para satisfacer las necesidades de otros

seres, con los que le unen lazos de respeto, amor, afecto, etc. padre, (novia, amigos).

- La estructura de la familia está fundamentada en dos premisas básicas, la supremacía del padre y el autosacrificio de la madre.
- Los patrones conductuales se determinan muy bien desde la infancia para cada sexo, al niño se le enseña a ser hombre y a no manifestar gustos o habilidades propios de la mujer, mientras que por su parte, la mujer debe ser femenina sumisa y atenta.
- Las interacciones interpersonales son valoradas de acuerdo con la satisfacción y placer inmediato que produzcan, además que la necesidad de tener amigos es intensa.
- Se detecta una alta inseguridad personal que se vuelca en jactarse y exagerar sus capacidades viriles, es decir el machismo bajo el que se esconde un complejo de inferioridad. Díaz Guerrero coincide con Armoni (1985) en que este problema tiene profundas raíces que datan desde la conquista, incrementándose con el paso del tiempo.
- Lo que parece un complejo de inferioridad es sólo una actitud que consiste en no saber valorar la importancia del individuo por si mismo, ya que lo importante en México, es la familia que éste forme.

Con base en estas características se puede decir que la personalidad del mexicano esta condicionada básicamente por su cultura, por todas esas enseñanzas, dichos proverbios que se siguen como reglas para convivir en sociedad. Díaz Guerrero (1982) postula que el valor que el mexicano se dá a si mismo está ligado a personas (padre, madre, hermanos, etc); y a símbolos (Dios, virgen , santos, etc). , que para el son altamente buenos y poderosos.

El mexicano individualmente es poco e insignificante, otorgándose esta influencia a fin de destacar la grandeza de los símbolos y personas en las que cree : gran cantidad de la actividad del mexicano va encaminada a la ceremonia e identificación con todos los símbolos y personas que son los que le brindan la seguridad emotiva que representan.

Con base en una serie de estudios que se han hecho, Díaz Guerrero (1982) propone la existencia de cuando menos 8 tipos de mexicanos, de los cuales los siguientes 4 son los más comunes y de los que más información se tiene.

1. El mexicano pasivo, obediente y afiliativo, el más común en la sociedad mexicana, particularmente localizado en áreas rurales y con más frecuencia mujeres, Se caracteriza por ser educado, ordenado, aceptando las normas sociales con facilidad, sin embargo se dice que carecen de capacidad de mando e iniciativa; por lo general buscan protección en personas mas poderosas que ellas para que los dirijan y orienten.
2. El mexicano rebelde, activo y autoafirmativo, localizado frecuentemente en la clase media y alta, sobre todo en zonas urbanas : es gente que por lo general tiene una gran facilidad para el liderazgo y la dirección, puede alcanzar éxito en la sociedad mexicana si no exagera sus patrones conductuales, de lo contrario llegará a la frustración ya que dicha sociedad formal y tradicional no va de acuerdo con sus expectativas.
3. El mexicano de control interno activo, el cual no es característico de alguna clase social, zona o sexo en particular. Díaz Guerrero (1982) postula que es un tipo común que se da cuando se conjugan los mejores aspectos de la cultura mexicana en una familia y entonces los miembros de esta desarrollan este tipo de personalidad. Son sujetos flexibles, auténticos, creativos, positivos y desarrollan en alto grado su nivel intelectual y cognocitivo.

4. El mexicano con control externo positivo, es el tipo de mexicano que ha nacido y crecido en una familia en la que se expresan y apoyan abiertamente como si fuesen lo mejor los aspectos negativos de la cultura mexicana. Son individuos que carecen de toda ética moral, rebeldes, de bajo nivel educativo, cínicos, irónicos, amargados y corruptos.

Esta forma de reaccionar frente al medio ambiente ha sido definida por Díaz-Guerrero y Castillo-Vales (1981), como estilo de confrontación. Consideran tres estilos de confrontación denominados:

1. confrontación activa autoafirmativa vs confrontación obediente afiliativa
2. confrontación autónoma vs confrontación interdependiente.
3. Control interno activo vs control externo pasivo.

Finalizando, como se pudo apreciar el locus de control es un factor de gran importancia para el comportamiento de la misma ayudando a explicar y predecir el comportamiento en las organizaciones.

Capítulo IV

Metodología

Justificación

En la actualidad, los roles tradicionales tanto para hombres como para mujeres se han ido modificando y, en este sentido, la mujer muestra una marcada tendencia a competir en terrenos que eran exclusivamente masculinos; de esta forma puede observarse cómo la mujer ha ido cambiando por lo que tiende a ser menos dependiente y más segura de sus capacidades. Es decir, cada vez tiene mayor certeza de poder hacer las cosas por ella misma, de poder controlar su medio. También se han abierto nuevos horizontes y metas por alcanzar, quiere lograr más cosas y esto la motiva a llevarlas a cabo con éxito (Rodríguez, 1995).

Una de las áreas en donde ha incursionado son las ventas en casa.

La actividad de vender tiene sólo ciertos parámetros a seguir porque como cualquier actividad propiamente humana es libre en las formas de ejecutarse y depende en gran parte de la personalidad del ejecutador (Cabello,1988).

Vender, es, entonces una comunicación humana donde se expresa abiertamente la personalidad de las partes que intervienen en ella. La elección de una vocación u ocupación es un acto expresivo de la personalidad.

La personalidad de estos sujetos (los vendedores), es una y aunque es modificada por el medio ambiente y la práctica, tiene un componente innato que lo hace ser un vendedor exitoso.

Por lo general, sólo una tenue línea separa al vendedor ordinario del vendedor creativo. Cruzar esta línea aparentemente tenue que se interpone entre la mediocridad y la excelencia es en realidad un paso muy difícil que muchos vendedores prefieren no dar porque a menudo significa más trabajo, un horario más largo y mayores riesgos. ¿Qué induciría a una mujer a dar ese paso?. La oportunidad de ganar mas es el incentivo principal para algunas personas.

Otras están motivadas por la oportunidad de servir a sus clientes con mayor creatividad y una capacidad para resolver sus problemas, otras se sienten atraídas por la libertad de trabajar solas, de fijar sus propias metas, de determinar su propio horario, y de programar su propio itinerario. Evidentemente el vendedor creativo debe de tener muchos incentivos, una gran madurez y bastante iniciativa para triunfar.

El vendedor de puerta en puerta, o que vende directamente en el hogar, vende productos de interés general, y espera encontrar algunos clientes entre las múltiples personas que acuden a abrir la puerta. Algunas veces se trata de cerrar inmediatamente la venta, si el producto es relativamente barato; en otras ocasiones trata de concertar una cita para hacer una presentación completa de ventas.(Ernest, 1979).

El locus de control como parte de la personalidad, se refiere a la medida en que un individuo cree que los éxitos o fracasos de su vida ocurren como consecuencia de sus propias acciones por un lado y por otro lado si son producto del azar o la suerte. Esta perspectiva va a estar dada en gran medida por el proceso de aprendizaje de reforzamientos.

La presente investigación surge de algunas observaciones en una empresa de venta directa donde se checaron dos tipos de vendedoras : las exitosas y las de ventas normales o no exitosas, siendo esto tal vez por su personalidad, específicamente Locus de control como rasgo de personalidad, lo que nos hace preguntamos : ¿Porqué algunas vendedoras venden más que otras?, ¿Cuáles

son los factores de Locus de Control que hacen que vendan más?, ¿La edad de las vendedoras tiene que ver con la suerte? o ¿ el éxito tiene que ver con factores internos o externos?.

La finalidad fué determinar si existen diferencias en los factores de Locus de Control interno / externo entre las mujeres que tienen éxito en ventas y las que no, las que son jóvenes y las que no lo son y las que varían en antigüedad en la empresa en una empresa privada.

Planteamiento del Problema

¿ Existirá diferencia en los factores del Locus de Control de un grupo de mujeres que laboran en una empresa de venta directa con respecto a su éxito en ventas, edad, y antigüedad en la empresa?

¿ Cuáles son los factores del Locus de Control que diferencian a las vendedoras con éxito de las que no lo tienen?

¿ El Locus de Control interno describe de mejor forma a las vendedoras con éxito a diferencia de las que no lo tienen?

¿ Las mujeres de mayor edad tienen mayor Locus de Control interno a diferencia de las jóvenes?

¿ A mayor antigüedad en la empresa existe mayor Locus de Control interno a diferencia de las que son recientes en la empresa?

Objetivo General:

El objetivo de esta investigación es establecer el Locus de Control de un grupo de mujeres dedicadas a la venta directa, dependiendo de su edad, antigüedad en la empresa y éxito en ventas.

Objetivos Específicos

- Describir el Locus de control de las vendedoras.
- Determinar si existen diferencias en el Locus de Control, dependiendo de su éxito en ventas en un grupo de mujeres dedicadas a la venta directa.
- Determinar si existen diferencias en el Locus de Control ,dependiendo de la edad en un grupo de mujeres dedicadas a la venta directa.
- Determinar si existen diferencias significativas en el Locus de Control, dependiendo de la antigüedad en la empresa en un grupo de mujeres dedicadas a la venta directa.

Hipótesis de Trabajo:

- Existen diferencias en los factores de Locus de Control, en un grupo de mujeres dedicadas a la venta directa dependiendo de su éxito en ventas, edad, y antigüedad en la empresa, esperándose obtener un mayor puntaje de Locus de Control interno en vendedoras exitosas, maduras y de mayor antigüedad en la empresa.

Hipótesis estadísticas

1Hi: Existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres que tienen éxito en ventas y las que tienen ventas normales o no exitosas.

1Ho: No existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres que tienen éxito en ventas y las que tienen ventas normales o no exitosas.

2Hi: Existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres de 20 a 39 años y mujeres de 40 a 60 años que laboran en una empresa de venta directa.

2Ho: No existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres de 20 a 39 años y mujeres de 40 a 60 años que laboran en una empresa de venta directa.

3Hi: Existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres de recién ingreso a la empresa y las que tienen 5 años de antigüedad en la empresa.

3Ho: No existe diferencia significativa en los factores de Locus de Control en mujeres de recién ingreso a la empresa y las que tienen 5 años de antigüedad en la empresa.

Definición de Variables

❖ Variable Dependiente: Locus de Control.

❖ Variable Independiente: éxito en ventas, edad, y antigüedad en la empresa.

Definición Conceptual

Locus de Control: "Es la creencia que uno tiene respecto a quién o que factores controlan su vida" (la Rosa 1986, p.40) . Existe la creencia de un control externo que es cuando el sujeto percibe que los reforzamientos no son enteramente contingentes a sus acciones, los percibe como resultado de la suerte, de la oportunidad, bajo el control de personas que tienen el poder, o bien como impredecibles debido a la gran complejidad de las fuerzas de su entorno.

Por el contrario, si una persona percibe que el evento es contingente a su conducta se denomina a esto creencia de un control interno.

Vendedor : es aquella persona que expone u ofrece al público géneros o mercancías para el que quiera comprarlas. (Dicc.Océano práctico de la Lengua Española, 1995).

Edad: tiempo transcurrido desde el nacimiento hasta el momento en el que el individuo contestó el cuestionario.(Dicc. de Psicología , 1992).

Antigüedad en la empresa: Tiempo transcurrido desde el día en que se empieza a laborar en determinada sociedad comercial o industrial .

Éxito profesional : Se refiere a la habilidad poseída para alcanzar ventas sobresalientes establecidas por la empresa, en un período de cinco meses determinado por el área de Investigación de Mercados de la empresa en cuestión.

Definición Operacional

Locus de Control : Se define mediante los puntajes obtenidos mediante el cuestionario semántico de Locus de Control elaborado por la Rosa (1986).

Vendedor : Es la persona que realiza la venta directa del producto.

Las variables éxito profesional, edad y antigüedad en la empresa serán dadas por la información proporcionada por los sujetos a la pregunta respectiva en la ficha de identificación.

Muestra

De una población de 300 personas, se obtuvo una muestra conformada por un total de 100 sujetos femeninos de manera intencional, debido a que la empresa se enfoca a la mujer, siendo:

50 mujeres vendedoras con éxito en ventas

50 mujeres vendedoras con ventas normales o no exitosas.

Criterios de Inclusión:

Las mujeres seleccionadas debieron cumplir las siguientes características:

- Vendedoras exitosas: Pertenecer a la característica "lluvia de estrellas ", es decir que obtengan en cada campaña un mínimo de \$ 12,500.00 durante 5 campañas consecutivas.
- Vendedoras normales o no exitosas, siendo requisito indispensable que vendan cada campaña un mínimo de \$350.00 durante 5 campañas consecutivas.

A su vez, ambos grupos se dividieron en:

Vendedoras jóvenes : de 20 a 39 años de edad.

Vendedoras maduras : de 40 a 60 años de edad

Vendedoras de reciente ingreso

Vendedoras de antigüedad mínima de 5 años

Criterios de Exclusión

Aquellas vendedoras que no cumplieron con los requisitos anteriormente señalados.

Diseño

Fué un diseño simple, cuasi experimental (porque no existe un control total), con tres variables independientes y una variable dependiente cada una con dos direcciones.

Vendedora exitosa: con mínimo 3 estrellas de venta = \$12,500.00

Vendedora normal o no exitosa: con mínimo 5 campañas vendidas = \$350.00

Edad: - jóvenes 20 a 39 años

- maduras 40 a 60 años

Tipo de estudio

Fué un estudio exploratorio ex post facto porque el evento en estudio ya sucedió tiempo atrás, además fué de campo en escenario natural, transversal, descriptivo y comparativo.

Instrumento

Se utilizó una ficha de datos demográficos (anexo 1) y la escala de Locus de Control de La Rosa 1986 (anexo 2).

La Rosa elaboró con base en un análisis de la aplicación de las escalas de Rotter (1966) y de Levenson (1974) a una muestra de estudiantes universitarios una escala multidimensional de tipo Likert para medir Locus de Control, dicha escala quedó constituida por 61 reactivos que incluyen las subescalas siguientes:

- a) Fatalismo o Suerte, se refiere a la creencia de un mundo ordenado. Los refuerzos dependen de factores azarosos tales como la suerte o el destino (reactivos 2, 6, 10, 12, 15, 18, 25, 30, 32, 40, 47, 51, 56 y 60).

- b) Afectiva, describe situaciones en las que el individuo consigue sus objetivos a través de relaciones afectivas con quienes le rodean (familia, jefes, amigos) (reactivos 7, 14, 21, 23, 26, 31, 42, 52, 55 y 57).
- c) Internalidad Instrumental, esta subescala se refiere a situaciones en las que el individuo controla su vida debido a su esfuerzo, trabajo y/o capacidades (reactivos 13, 19, 27, 34, 38, 44, 46, 49, 53 y 58).
- d) Otros poderosos, describe la creencia en un mundo ordenado dependiente de las personas que tienen el poder y por tanto el control.

Debido al surgimiento de un nuevo factor no previsto en el proyecto denominado poderosos del macrocosmos, la dimensión de Otros Poderosos queda dividida en dos subescalas:

- I. Poderosos del Microcosmos, se refiere a la creencia de que las personas que tienen el poder y están más cercanas al individuo controlan su vida (jefe , patrón, dueño de la empresa) (reactivos 17, 24, 35, 39, 41, 45, 48, 50 y 59).
- II. Poderosos del Macrocosmos se refiere a la creencia de que las acciones de personas que tienen el poder y están muy lejanas del sujeto influyen en la vida, esta escala en cierto sentido mide la enajenación sociopolítica. Sus reactivos son: (1, 4, 5, 9, 16, 20, 29, 37, 43, 54 y 61).

Las dos dimensiones: Internalidad y Afectividad, muestran una orientación interna del Locus de Control; en tanto que Fatalismo/Suerte y Otros Poderosos, se orientan a la externalidad del mismo (La Rosa ,1986 citado en Calva,1995).

Cabe mencionar que los reactivos 3, 8, 11, 22, 28, 33, 36, y 55 fueron excluidos por bajos pesos factoriales, sin embargo para los fines del estudio se aplicó la escala completa para no modificarla, aunque no se tomaron en cuenta para la calificación final.

Procedimiento

Dentro del área de Investigación de Mercados existe un apartado que se dedica a la capacitación de vendedoras, sondeos opiniones y evaluaciones acerca de productos nuevos posibles a lanzamiento por medio de encuestas y cuestionarios. La sesión duró de 1:30hr. a 2:00Hrs.

Con el fin de no influir en las respuestas de las vendedoras y evitar variables extrañas como el cansancio, se aplicó primero el cuestionario de datos de identificación (Anexo 1), junto con el de Locus de Control (Anexo 2) y consecutivamente el cuestionario del motivo de la reunión.

La sesión se llevó acabo de manera colectiva en el auditorio de la empresa en donde se dividieron las mesas en dos columnas para sentar del lado derecho a las vendedoras exitosas y del lado izquierdo a las vendedoras no exitosas.

Posteriormente se procedió a la aplicación del cuestionario de la Rosa donde la instructora paseaba por el salón con el fin de disipar posibles dudas.

Se dijeron las siguientes instrucciones:

* Me llamo Claudia y estoy realizando una investigación con el fin de conocer su opinión a través de un cuestionario de personalidad y de esa forma saber que semejanzas y diferencias existen entre ustedes.

Los cuestionarios son anónimos, individuales y confidenciales, van acompañados de una ficha de identificación. Por favor contesten todas las preguntas, cuidando de no dejar una hoja o renglón en blanco, lean con atención las instrucciones de cómo contestar el cuestionario y si tienen alguna duda diríjense a mí. Verifiquen si tienen el cuestionario completo y si no hay alguna hoja repetida.

De antemano agradezco su valiosa colaboración.

Una vez aplicados los cuestionarios, se recogieron y se revisaron exhaustivamente al terminar la sesión, siendo desechados parte de ellos, (en función de tomar en cuenta sólo aquellos que estuvieran contestados consecutivamente y aquellos que no les faltara ni una sola respuesta), estas disposiciones se tomaron en cuenta, debido a que existe mucho analfabetismo en las vendedoras.

Análisis estadístico

En primer término, se realizó un análisis de frecuencias con el objeto de describir las características de la muestra, posteriormente llevo a cabo una t de Student para comparar los dos grupos de vendedoras. Finalmente se utilizó un análisis de varianza para conocer las diferencias entre los factores de Locus de Control, así como un análisis post hoc para ver que grupo hacía la diferencia.

Se utilizó el Paquete Estadístico (Statistics Package of Sciences S.P.S.S.) para las Ciencias Sociales en su versión 5.01 para microcomputadoras.

Los resultados se presentan en gráficas y tablas para una mejor comprensión de los datos.

RESULTADOS

Análisis Descriptivo

Se llevó a cabo un análisis descriptivo de la muestra por medio de una distribución de frecuencias con medidas de tendencia central , así como para conocer su promedio representado por la media .

La muestra final estuvo conformada por un total de 100 sujetos femeninos seleccionados de manera intencional dividiéndolos en 2 grupos:

50 mujeres vendedoras con éxito en ventas (lluvia de estrellas).

50 mujeres vendedoras sin éxito en ventas (no lluvia), como se muestra en la tabla 1:

TABLA N° 1

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXITOSAS O LLUVIA DE ESTRELLAS	50	50%
NO EXITOSA O NO LLUVIA DE ESTRELLAS	50	50%
	100	100%

La edad de las sujetos fluctuó de 20 a 60 años, siendo la media de 39.9 como se observa en la tabla 2:

TABLA N° 2 EDAD

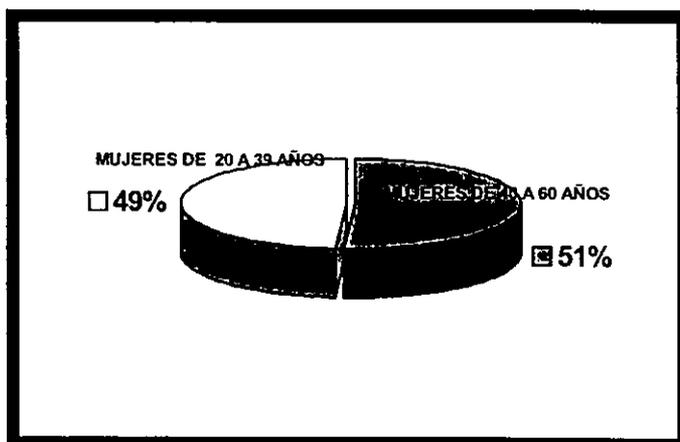
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20	3	3%
22	1	1%
23	2	2%
25	1	1%
26	1	1%
27	2	2%
28	2	2%
29	1	1%
30	6	6%
31	2	2%
32	3	3%
33	3	3%
34	4	4%
35	4	4%
36	2	2%
37	3	3%
38	5	5%
39	4	4%
40	2	2%
41	1	1%
42	7	7%
43	4	4%
44	6	6%
45	2	2%
46	3	3%
47	5	5%
48	3	3%
49	1	1%
50	5	5%
51	2	2%
53	1	1%
55	2	2%
56	2	2%
58	1	1%
60	4	4%
	100	100%

Total 100 casos
 media 39.920
 mediana 40

desviación estándar 9.709
 edad mínima 20 años
 edad máxima 60 años

A su vez, el grupo se dividió por edad, considerándose en primer término a el grupo de las mujeres jóvenes que comprendieron las edades de 20 a 39 años, arrojando el 49% de la muestra y el segundo grupo de las mujeres maduras de 40 a 60 años de edad con un 51 % de la muestra, utilizando para esta distribución la mediana con un valor de 40 años, como se observa en la gráfica1 y la tabla 2:

GRAFICA N° 1



En cuanto a la antigüedad en la empresa, el tiempo osciló de 2 meses hasta 35 años, obteniéndose un promedio de 6.6 años de trabajo en la empresa, teniendo una mediana de 5 utilizando este valor de tendencia central para dividir al grupo en menor antigüedad y mayor antigüedad, quedando un 55% y un 45% respectivamente, obsérvese en la tabla 3 :

TABLA N° 3 ANTIGÜEDAD

ANTIGÜEDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
.20	5	5%
.30	1	1%
.40	2	2%
.50	1	1%
.60	2	2%
.70	2	2%
.80	2	2%
.90	1	1%
1.00	5	5%
1.10	1	1%
1.20	1	1%
1.50	2	2%
1.80	2	2%
2.00	5	5%
2.30	1	1%
3.00	10	10%
4.00	3	3%
4.50	1	1%
4.60	1	1%
5.00	7	7%
6.00	6	6%
6.50	1	1%
7.00	4	4%
8.00	5	5%
10.00	6	6%
11.00	2	2%
12.00	5	5%
13.00	1	1%
14.00	4	4%
15.00	2	2%
16.00	1	1%
17.00	3	3%
20.00	2	2%
22.00	1	1%
32.00	1	1%
35.00	1	1%
	100	100%

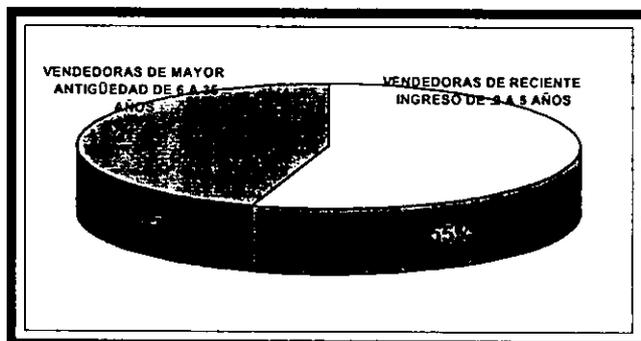
Total de casos 100

Media 6.675 Mínima antigüedad .2 meses Std. Dev. 6.623

Mediana 5 Máxima antigüedad 35 años

Consecutivamente se consideraron 2 grupos : uno de ellos fue el contemplado por las vendedoras de menor antigüedad, siendo un 55% y el segundo de mayor antigüedad con un 45%, mostrado en la gráfica 2 :

GRAFICA N° 2 ANTIGÜEDAD



Resumiendo lo anterior se observa:

VARIABLE	PORCENTAJE	MEDIA	MEDIANA
Éxito	E	\bar{X}	
Lluvia	50 %		
No Lluvia	50 %		
Edad			
20-39	49 %	39.9	40
40-60	51 %		
Antigüedad			
2 meses a 5 años	55 %	6.6	5
6 años a 35 años	45 %		

Se procedió a encontrar las diferencias entre los factores de Locus de Control (Fatalismo/Suerte, Afectividad, Internalidad, Microcosmos, Macrocosmos), con la variable éxito, observándose que el único factor en que existe diferencia estadísticamente significativa es el de Internalidad, obteniéndose por lo tanto un valor t de -1.92 y una significancia de 0.5, indicando que las vendedoras de ventas no exitosa obtienen una media mayor a las vendedoras exitosas, significando que confían en aspectos de internalidad. En relación a los demás factores, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas, siendo iguales como se señala en la tabla 5 :

TABLA N° 5 EXITO EN VENTAS

		x	t	<u>Niv.de Sig.</u>
FATALISMO / SUERTE	Lluvia	37.44	1.34	.18
	No Lluvia	34.28		
AFECTIVIDAD	Lluvia	35.06	-.28	.77
	No Lluvia	35.58		
INTERNALIDAD	Lluvia	48.22	-1.92	.05 *
	No Lluvia	51.20		
MICROCOSMOS	Lluvia	25.68	.54	.58
	No Lluvia	24.82		
MACROCOSMOS	Lluvia	31.70	1.22	.22
	No Lluvia	29.68		

Posteriormente se compararon los grupos en cuanto a su edad, encontrándose diferencias estadísticamente significativas en el factor de Internalidad, resultando una t de Student de 1.95, favoreciendo a las vendedoras de 20 a 39 años de edad. Asimismo, se observaron diferencias significativas en el factor de Macrocosmos en el grupo de vendedoras maduras con un valor t -2.07 como se presenta en la tabla 6 :

TABLA N° 6 EDAD

		x	t	<u>Niv. De Sig.</u>
FATALISMO/SUERTE	De 20 hasta 39 años	34.00	-1.56	.12
	De 40 hasta 60 años	37.64		
AFECTIVIDAD	De 20 hasta 39 años	34.30	-1.10	.27
	De 40 hasta 60 años	36.29		
INTERNALIDAD	De 20 hasta 39 años	51.24	1.95	.05 *
	De 40 hasta 60 años	48.23		
MICROCOSMOS	De 20 hasta 39 años	23.83	-1.78	.07
	De 40 hasta 60 años	26.60		
MACROCOSMOS	De 20 hasta 39 años	28.97	-2.07	.04 *
	De 40 hasta 60 años	32.33		

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Al analizar la variable de antigüedad, se observó que el valor t de Student de el factor Macrocosmos fué negativo, indicando por lo tanto que las vendedoras de mayor antigüedad en la empresa, presentan mayor creencia hacia dichos factores como se observa en la siguiente tabla 7 :

TABLA N° 7 ANTIGÜEDAD

		x	t	<u>Niv. De Sig.</u>
FATALISMO / SUERTE	De .20 hasta 5	34.07	-1.70	.09
	De 6 hasta 35	38.04		
AFECTIVIDAD	De .20 hasta 5	34.18	-1.39	.16
	De 6 hasta 35	36.71		
INTERNALIDAD	De .20 hasta 5	49.60	.16	.87
	De 6 hasta 35	49.84		
MICROCOSMOS	De .20 hasta 5	24.05	-1.69	.09
	De 6 hasta 35	26.71		
MACROCOSMOS	De .20 hasta 5	28.40	-3.16	.002 *
	De 6 hasta 35	33.48		

Concluyendo, en general se encontraron diferencias en cuanto al éxito en ventas, específicamente en el factor de Internalidad.

En relación a la edad, los factores que marcaron diferencias fueron Macrocosmos e Internalidad y por último en cuanto a la antigüedad, se observaron diferencias en el factor Macrocosmos.

Consecutivamente, se decidió realizar una nueva división para obtener información adicional acerca de Locus de Control dividiendo la muestra total en 8 grupos que a continuación se describen en la tabla 8 :

TABLA N° 8 GRUPOS

GRUPO	PORCENTAJE
1.- EXITOSA JOVEN CON MENOR ANTIGÜEDAD	8 %
2.- NO EXITOSA JOVEN CON MENOR ANTIGÜEDAD	30 %
3.- EXITOSA MADURA CON MENOR ANTIGÜEDAD	6 %
4.- NO EXITOSA MADURA CON MENOR ANTIGÜEDAD	11 %
5.- EXITOSA MADURA CON MAYOR ANTIGÜEDAD	30 %
6.- NO EXITOSA MADURA CON MAYOR ANTIGÜEDAD	4 %
7.- EXITOSA JOVEN CON MAYOR ANTIGÜEDAD	6 %
8.- NO EXITOSA JOVEN CON MAYOR ANTIGÜEDAD	5 %

Se procedió a comparar cada uno de los factores de Locus de Control en los 8 grupos, utilizándose un análisis de varianza en una sola dirección, aplicándose además, una prueba post hoc de Scheffe para saber que grupo hacia la diferencia.

Factor : Fatalismo/Suerte:

En este factor se pudo observar que no existen diferencias estadísticamente significativas al nivel .05, mostrando a todos los grupos iguales, cabe sólo señalar que los grupos 4 (no exitosa madura con menor antigüedad) y 5 (exitosa madura con mayor antigüedad), nos revela cierta inclinación de las vendedoras maduras hacia este factor, indicándonos que aspectos de madurez pueden relacionarse con este tipo de creencias, como se muestra en la tabla 9:

Análisis de Varianza
TABLA N° 9

Suerte

Grupos que hacen diferencias	Media	F	Nivel de Sig.
Grupo 3	28.3333	1.69	.12
Grupo 6	31.5000		
Grupo 2	31.7667		
Grupo 8	37.0000		
Grupo 1	37.6250		
Grupo 7	37.8333		
Grupo 5	39.1333		
Grupo 4	40.9091		

Factor : Afectividad

En cuanto a Afectividad se refiere, se observó que el grupo 4 de las vendedoras no exitosas maduras de menor antigüedad marca la mayor diferencia con una media de 40.18, creyendo mas en lo afectivo seguido del grupo 5 exitosa madura con mayor antigüedad y del 8 no exitosa joven de mayor antigüedad, y del 2 no exitosa joven con menor antigüedad, significando

que las vendedoras no exitosas y con tendencia a las de mayor edad, confían más en las relaciones afectivas con sus jefes, obsérvese en la tabla 10 :

Análisis de Varianza
TABLA N°10

Afectividad

<u>Grupos que marcan la diferencia</u>	<u>Media</u>	<u>F</u>	<u>Nivel de Sig.</u>
Grupo 3	24.3333	2.90	0.0
Grupo 6	29.5000		
Grupo 1	32.5000		
Grupo 7	33.6667		
Grupo 2 *	34.4000		
Grupo 8 *	37.4000		
Grupo 5 *	38.1667		
Grupo 4 **	40.1818		

Factor : Internalidad:

En relación a este factor se observó que el grupo 7 que corresponde al de exitosa joven con mayor antigüedad creen más en el control de su vida por su esfuerzo, trabajo y capacidades, contrario a el grupo 3 de exitosa joven con menor antigüedad, coincidiendo esto con que a menor edad, mayor internalidad, como se muestra en la tabla 11 :

Análisis de Varianza
TABLA N ° 11

Internalidad

Grupos que hacen diferencias	Media	F	Nivel de Sig.
Grupo 3	37.6667	2.95	.00
Grupo 5 *	48.9667		
Grupo 1 *	49.0000		
Grupo 6 *	50.0000		
Grupo 8 *	50.0000		
Grupo 4 *	51.3636		
Grupo 2 *	51.0000		
Grupo 7 *	54.0000		

Factor : Microcosmos:

Se observó que los grupos que marcan una distinción son el 4 (no exitosa madura de menor antigüedad) y el 5 (exitosa madura con mayor antigüedad), mostrando que las vendedoras de edad madura, presentan una alta inclinación hacia la creencia de control externo, como se señala en la tabla 12:

Análisis de Varianza
TABLA N° 12

Microcosmos

Grupos que hacen la diferencia	Media	F	Nivel de Sig.
Grupo 3	18.1667	2.05	.05
Grupo 2	22.9333		
Grupo 7	23.5000		
Grupo 6	24.5000		
Grupo 1	25.6250		
Grupo 8	26.8000		
Grupo 5 *	27.6333		
Grupo 4 *	29.1818		

Factor : Macrocosmos

Con respecto a este factor se observó que los tres grupos que marcaron la diferencia fueron el 8 (no exitosa joven con mayor antigüedad), 5(exitosa madura con mayor antigüedad) y el 4 (no exitosa madura con menor antigüedad), indicando que la creencia en el factor del Macrocosmos se encuentra estrechamente relacionado con las variables edad y antigüedad, como se aprecia en la tabla 13:

Análisis de varianza
TABLA N° 13

Macrocosmos

Grupos que hacen diferencias	Media	F	Nivel de Sig.
Grupo 3	21.8333	3.79	0.0
Grupo 2	27.4000		
Grupo 6	57.5000		
Grupo 1	29.5000		
Grupo 7	30.5000		
Grupo 4 *	33.9091		
Grupo 5 *	34.5000		
Grupo 8 *	35.8000		

ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

En el presente estudio se encontró la existencia de diferencias de Locus de Control interno / externo en las vendedoras de una compañía de cosméticos, lo que confirma algunas de las hipótesis planteadas para ésta investigación.

Las características de la muestra de la presente investigación fueron las siguientes:

Estuvo constituida en su totalidad por 100 mujeres dedicadas a la venta directa. La muestra fue únicamente de vendedoras, debido a que todo el personal que labora en la empresa (en esa área) de donde se obtuvo la muestra está compuesto por sujetos femeninos, de las cuáles algunas son analfabetas.

Las edades estuvieron comprendidas de 20 a 60 años con una media de 39.9

Se dividió en :

50 vendedoras con éxito en ventas.

50 vendedoras sin éxito en ventas.

En el presente estudio con base en la búsqueda de diferencias entre los factores de Locus de Control (Fatalismo / Suerte, Afectividad, Internalidad Instrumental, Poderosos del Microcosmos y Poderosos del Macrocosmos) con la variable éxito se encontró que el único factor en que existió diferencia estadísticamente significativa fué en el de Internalidad con una t de -1.92 , favoreciendo a las vendedoras no exitosas. Cabe mencionar que se esperaría que las vendedoras exitosas tuvieran mayor internalidad, sin embargo, en este estudio, las no exitosas son más internas lo que indicaría que poseen las características propuestas por Rotter (1966), quien afirma que los individuos con un locus de control interno están más relacionados con experiencias de buen éxito y conductas de logro ya que son personas que:

- Están más atentos a todo aquello que les pueda dar información para su conducta futura.
- Intentan aumentar sus condiciones ambientales.
- Ponen mayor atención en las destrezas o reforzamientos de logro y más comprometidos por sus habilidades en especial sus fracasos o errores.
- Son más resistentes a manipulaciones exteriores que lo puedan influenciar.

Lefcourt (1984) reporta además:

- Mayor procesamiento cognitivo, un aprendizaje más intencional.
- Selección de más tareas de reto, mayor habilidad para obtener gratificación y persistir a pesar de dificultades.
- Mejores relaciones interpersonales, mayor asertividad hacia los demás, mayor respeto.
- Mayor autoestima, mejor sentido del humor, menor ansiedad y menor depresión.

Por lo que se acepta la hipótesis alterna n°1 de que si existen diferencias. Lo que es importante señalar es que la dirección que se hubiera esperado fue diferente, esto puede ser debido a que la clasificación de la empresa tal vez no es la adecuada para saber el éxito o no éxito a través de las ventas, si no podrían existir otros factores tal vez motivacionales involucrados directamente en el éxito en ventas. Es así como observamos que la mujer que combina sus diferentes papeles y desarrolla sus distintas capacidades y atributos podrá tener un elevado autoconcepto; también lo tendrá aquella otra cuyas motivaciones se muevan únicamente dentro del marco del modelo femenino. En cambio la que sólo utiliza alguna de sus potencialidades pero se siente motivada a utilizar otras áreas que no se le han permitido, posiblemente se estimará poco a sí misma (Rodríguez Estrada, 1992), es por esto que la

motivación es algo primordial en la mujer que se encuentra con altos deseos de competencia (Conducta tipo A).

Otro autor que apoya lo anteriormente señalado es Weiner (citado en Romero García, 1980), para quien la atribución del éxito a causas externas se relaciona con sentimientos de gratitud, como la atribución al fracaso a las mismas causas se relaciona con efectos tales como rabia y odio; el mismo evento atribuido a causas diferentes tendrá distintos efectos motivacionales Maslow (1954), Murray (1938) y afectará el comportamiento futuro de manera diferente.

Con respecto a los factores restantes (Fatalismo/Suerte, Afectividad, Microcosmos y Macrocosmos, no se encontraron diferencias, aceptándose la hipótesis nula n°1, lo que indicaría que tanto las vendedoras que tienen éxito como las que no lo tienen son iguales y presentan las mismas características externas.

En cuanto a la comparación de ambos grupos con relación a su edad se pudo apreciar diferencias significativas en el factor Internalidad, siendo mayor en el grupo de las vendedoras jóvenes, aceptándose la hipótesis alterna n°2. Esto concuerda con las investigaciones de Lumpkin (1986) en cuanto a la relación de la edad con el Locus de Control, encontrando que el locus de control interno decrece después de la edad media, mostrando un alto grado de control externo.

Lumpkin (1986) infiere además, que es posible que los individuos de edad avanzada exhiban esta característica mas que los jóvenes porque en la vejez la salud decae y la actividad y la interacción social se reducen, además; la importancia de la relación entre edad y Locus de Control radica en que este último ha sido atribuido a numerosos factores tales como rivalidad, vida satisfactoria, salud, actividad, percepción de riesgo o peligro, los cuales afectan a los sujetos de edad avanzada en su vida diaria.

El segundo factor en donde se mostró diferencia en cuanto a la edad fue en el factor Macrocosmos, aceptando la hipótesis alterna n°2, siendo más alto en las vendedoras de 40 a 60 años las cuales creen que sus acciones dependen de otras personas que tienen el poder y están lejanas a ellas, sin embargo influyen en su vida. En este sentido: Efran (en Rotter, Chance y Phares, 1972) encontró que la tendencia a reprimir los fracasos estaba significativamente relacionada con los puntajes de la escala de Locus de Control; los sujetos con un control externo (Macrocosmos), tienen una menor necesidad de reprimir sus fracasos, ya que han aceptado que los factores externos determinan sus éxitos y fracasos, concordando esto con que a mayor edad, mayor externalidad.

Referente a la variable antigüedad, se observó que la diferencia existió en el factor Macrocosmos con una t de -3.16 y un nivel de significancia de $.002$ aceptando la hipótesis alterna n°3, indicando por lo tanto que las vendedoras de mayor antigüedad en la empresa, presentan mayor creencia hacia los factores de externalidad, concordando esto con los supuestos anteriormente señalados por Lumpkin (1986), esto indicaría que las vendedoras de edad adulta piensan que sus éxitos y fracasos se determinan en función de lo externo, tal vez porque piensan que la compañía les da preferencia o hace algunas excepciones a vendedoras que tienen más antigüedad en la empresa. Es decir éxito y fracaso lo asocian directamente con lo externo y el tener mayor antigüedad en la empresa es algo externo que les proporciona preferencias dentro del grupo.

En relación a los demás factores (Fatalismo/Suerte, Afectividad, Internalidad, y Microcosmos), no se observaron diferencias significativas.

Hay que mencionar que se obtuvo información adicional al dividir a los sujetos en 8 grupos aplicando el análisis de varianza considerando las variables: éxito, edad y antigüedad, así como la prueba post hoc de Scheffe y los resultados fueron los siguientes:

- Factor Fatalismo / Suerte:

En términos generales no se observaron diferencias estadísticamente significativas, mostrando a los 8 grupos iguales, esto concuerda con Rotter (1966), en cuanto a que uno de los determinantes de esta reacción es el grado en el cuál un individuo percibe que la recompensa es causada por su propio comportamiento, contra el grado en el cual se siente controlado por fuerzas ajenas así mismo, las cuales son independientes de sus acciones. Esto depende de si la persona percibe o no una relación causal entre su propio comportamiento y la recompensa, así como que un evento que es percibido por algunas personas como recompensa o reforzamiento, es percibido por otras de manera diferente. El que un individuo perciba un evento como consecuencia de un comportamiento propio, dependerá hasta donde el siente o no que existe una relación entre su comportamiento y el evento.

El individuo selecciona los eventos que refuerzan o no su comportamiento, dependiendo de la percepción de la naturaleza o causa de la relación entre reforzamiento y comportamiento anterior.

Cuando los reforzamientos percibidos por el sujeto no son completamente contingentes a sus acciones, entonces en nuestra cultura son percibidos como resultado de la suerte, oportunidad, destino, o bien como impredecibles debido a la gran complejidad de las fuerzas de su entorno. Cuando el sujeto percibe el evento de esta forma, se cree en un control externo.

En éste sentido cabe señalar que el hecho de que en este factor no haya diferencias se puede deber tal vez a que dependiendo de la situación y momento determinados, se tiende a atribuir algunos aspectos de suerte, esto es apoyado por Weiner (1980) quien afirma que el control se refiere a la naturaleza temporal de la causa, algunas causas tales como habilidad y dificultad de una situación permanecen invariables en el tiempo. Otras causas tales como el esfuerzo o la suerte pueden cambiar de un momento a otro : esto significa que una causa puede ser clasificada de acuerdo a cuan estable es.

- Factor Afectividad :

Se observó que las sujetos pertenecientes al grupo vendedoras exitosas maduras con menor antigüedad, creen más en los aspectos de Afectividad, significando por lo tanto que las circunstancias donde ellas obtienen lo que desean es por relaciones afectivas con quienes las rodean.

- Factor Internalidad :

En cuanto a éste factor , se observó que el grupo de vendedoras exitosa joven con mayor antigüedad creen más en el control de su vida, esfuerzo, trabajo y capacidades, contrario a el grupo de la exitosa joven con menor antigüedad, coincidiendo esto con que a menor edad, mayor internalidad (Lumpkin, 1986).Estos datos contradicen a Tamayo (1993) el cual menciona que ha encontrado diferencias significativas en internalidad, aumentando dicha dimensión con la edad cronológica a partir de los 30 años.

- Factor Microcosmos:

En términos generales se observó que los grupos que marcan la diferencia son el no exitosa madura de menor antigüedad y la exitosa madura con mayor antigüedad mostrando por lo tanto una alta inclinación hacia el control externo, creyendo que personas como su jefe tienen el poder y están cercanas a él.

- Factor de Macrocosmos:

Con respecto a este factor, se observó que los tres grupos que marcaron la diferencia fueron : el no exitosa joven con mayor antigüedad, exitosa madura con mayor antigüedad y no exitosa madura con menor antigüedad, indicando que la creencia en el factor de Macrocosmos se encuentra estrechamente relacionado con las variables edad , antigüedad y aspectos de afectividad.

CONCLUSIONES

Con fundamento en la revisión teórica realizada se ha planteado que el Locus de Control puede ser una variable influyente en el éxito de las vendedoras de venta directa.

De los resultados encontrados en el presente estudio, se desprende que los datos obtenidos fueron contrarios a lo esperado en relación al éxito profesional, esto debido a que se hubiera esperado que las vendedoras exitosas y con conductas de logro (éxito), salieran con puntajes más altos en Locus de Control interno como lo afirma Rotter (1966), resultando a la inversa.

Al analizar la edad y la antigüedad se observó que tienen que ver con el Locus de Control externo (Suerte, Microcosmos y Macrocosmos), es decir que a mayor edad y antigüedad en la empresa, mayor será el Locus de Control externo. Esto nos lleva al cuestionamiento de la idea de Rotter (1966) quien afirma que conforme la opción seleccionada (a o b), se estaría identificando un sujeto interno o externo. El problema con su escala total fue que se pensaba en internalidad / externalidad como polos de un "continuo", aunque la escala en cuanto a contenido era realmente multidimensional, esto es confirmado por La Rosa (1986) quien postula que un individuo podría obtener puntajes altos en la escala de enajenación socio-política, medianos en la escala de afectividad y bajos en la escala de fatalismo y poderosos del microcosmos. Los perfiles posibles derivados de las combinaciones son innumerables y permiten una mejor comprensión del individuo porque lo configura a través de diversos parámetros y no a partir de una limitada polaridad interno-externo.

El individuo puede abrigar simultáneamente creencias en un mundo no ordenado (fatalismo) y ordenado (controlado por los poderosos) y al mismo tiempo percibir que puede controlar diversas situaciones debido a sus habilidades en relaciones humanas. Un perfil del individuo es lo que se propone y no una clasificación simplista.

Díaz Guerrero (1982) advierte respecto a la clasificación simplista:

“ Ya hemos observado dos tipos bastante opuestos de mexicanos, y mexicanas, vale la pena recordar que además de los casos extremos otros intermedios que pueden tener una combinación de las características que explicamos... Lo importante es darse cuenta que todos estos mexicanos resultan de sus creencias y de las formas de pensar prevalentes en la sociedad y en la cultura mexicana”.

Uno de los determinantes de esta reacción es el grado en el cuál un individuo percibe que la recompensa es causada por su propio comportamiento, contra el grado en el cual se siente controlado por fuerzas ajenas así mismo, las cuales son independientes de sus acciones. Esto depende de si la persona percibe o no una relación causal entre su propio comportamiento y la recompensa (Rotter, 1966).

Dependiendo de la historia personal del individuo acerca del reforzamiento, este diferenciará el grado en el cual atribuirá reforzamientos a sus propios actos (Rotter, 1966).

Cabe señalar que la literatura anteriormente señalada constata que el éxito en las ventas puede deberse a que tanto el sujeto sienta el refuerzo de cada evento de su vida, es así como surgen algunas características del vendedor exitoso que podrían estar vinculadas con algunos factores de internalidad propuesto por Rotter , a cuestiones motivacionales (Maslow, Murray) y también de competitividad (conducta Tipo A) así como características de personalidad propias de cada sujeto.

Es importante hacer mención que este tipo de estudios son importantes dentro de una empresa para conocer la motivación de los empleados ya que si presentan un Locus de Control más interno y son motivadas pueden redituar un mayor beneficio a la empresa, aumentando su producción y ventas. De igual forma el detectar las que no tengan un Locus de Control interno para poder impartir cursos de tal forma que la empresa obtenga beneficios.

SUGERENCIAS Y LIMITACIONES

Este estudio abre una nueva línea de investigación ya que en la búsqueda de bibliografía no se encontraron estudios que se relacionen directamente con este tipo de muestra.

Se recomienda para futuras investigaciones:

- Obtener muestras más grandes, sería conveniente, aplicar la escala de Locus de Control y relacionarla con otras variables tales como autoestima, nivel socioeconómico, etc.
- Realizar estudios que exploren otras características que tienen que ver con el Locus de Control y que sean de tipo motivacional.
- Realizar estudios con sujetos de ambos sexos para evaluar posibles diferencias. La Rosa (1986) afirma en sus resultados del factor Poderosos del Macrocosmos que el hecho de ser primogénito es ventajoso para las mujeres pero no para los hombres por lo que es de suponerse que existan diferencias por los roles.
- Se sugiere con la finalidad de investigar las causas y las motivaciones hacia el logro considerar la importancia del ingreso de la mujer en la solvencia económica del hogar, dependiendo de su estado civil.
- Una limitación es que no existen muchos instrumentos que evalúen Locus de Control, sin embargo el cuestionario De La Rosa a pesar de estar validado en la cultura mexicana, no clasifica enteramente lo interno y lo

externo, ya que cada sujeto se comporta de manera diferente, dependiendo de cada situación o evento.

BIBLIOGRAFIA

- Alegría Armada, J. ; (1978) Psicología de las mexicanas , México : Diana.
- American Psychological Association ;(1998) Manual de estilo de Publicaciones. Manual Moderno.
- Blonch, H; (1992) Diccionario de Psicología. Madrid : Larousse.
- Bould, S; (1978). Female headed families: Personal Fate Control and Provider Rols. Journal of Marriage and the Family.
- Cabello Verdugo, M; López Herrera, M. E. (1988) Personalidad del vendedor exitoso; Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad Intercontinental.
- Calva Gómez, E. A; (1995) Motivación al Logro y Locus de Control en Mujeres Adolescentes con un padre ausente y presente. Estudio Comparativo; Tesis de Licenciatura. México : Universidad Intercontinental.
- Carballo Andrade, M.S ; (1994) Locus de Control en personal de los andenes de venta de producto cárnico de industrial de abastos (antes rastro de ferrería); Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad del Valle de México.
- Cásares, J; (1959) Diccionario Ideológico de la Lengua Española. España : Gustavo Gili S.A.
- Céspedes, P.G; (1980) Compendio de Organización del Vendedor. México.
- Cueli, J ; Reid, L; (1983) Teorías de la Personalidad. México: Trillas.

- Cooper, J; Barbieri, T; Rendón, T; Suárez, E y Tuñón, E; (1989). Fuerza de trabajo femenina urbana en México, Vol. I, México : Porrúa.
- Del Castillo Velasco Carranza, L.R; (1995) Correlación entre las escalas multidimensionales de autoconcepto y locus de control; Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Instituto Universitario de Ciencias de la Educación, A.C.
- Dicaprio, N. ; (1989) Teorías de la Personalidad. México : Mc Graw Hill.
- Elú de Leñero, M.C.; (1975) El trabajo de la mujer en México: Alternativas para el cambio. México : Instituto Mexicano de Estudios Sociales, A.C.
- Engler, B;(1996) Teorías de la Personalidad. México: Mc Graw Hill.
- Ernest, J.W ;(1979) El vendedor creativo. México : Mc Graw Hill.
- Festinger, L ;Katz, D ; (1972) Los métodos de investigación de las ciencias sociales, Buenos Aires : Paidós.
- González Villavicencio, R.A;Ponce Hernández, S; Raymndo Hernández, Y; (1997) Relación de factores demográficos con autoconcepto, locus de control y motivación de logro en trabajadores; Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Higginson, M.V; Quick, T.L; (1976). La mujer ejecutiva triunfadora. México : Editorial técnica S. A.
- Hilgard, E. R;(1966). Introducción a la Psicología. Madrid : Editorial: Morata.

- Jhonson, D.W; (1972). Psicología social de la educación. Buenos Aires : Editorial Kapeluz.
- Kulcarni, A. (1983). Relationship – internal vs. external locus of control and job satisfaction. Journal Psychological Researches.
- La Rosa, Jorge;(1986). Escalas de locus de control a autoconcepto: construcción y validación. Tesis de Doctorado. Facultad de Psicología. México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Le Blanc, G; (1973). Psicología de la venta. Madrid : Ediciones Morova.
- Lefcourt,H; (1984). Research with the locus of control construct. Extentions and limitation.Orlando Florida :Academic press.
- Lloyd, C; Chang, A. y Powell, B. (1979),. Relationship of diferent measures of self-esteem to locus of control. Psychological reports.
- Loeb, R. ; (1975). Concomitants of boy 's locus of control examined in parent – child interactions. Develomental Psychology.
- Macías Ahumada, M. ; (1987). La autoestima, rol sexual y nivel socioeconómico en las aspiraciones de la mujer, Tesis de Licenciatura: Facultad de Psicología, México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Marín, G ; (1981). Cultura subjetiva latinoamericana. Revista de la asociación latinoamericana de psicología social.
- Mc Clelland, D. Y Atkinson, J. (1948) en Rotter, J ; Chance, J. Y Phares, E. Aplications of a social learning theory of personality. New York : Holt rineart and winston inc.

- Montaña Fernández, A. (1993). Locus de Control y autoconcepto en trabajadores de diferente jerarquía laboral, Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad del Valle de México.
- Muñoz Ramírez, M.L. ; (1997). Locus de control, orientación al logro y rendimiento escolar en adolescentes ; Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pardinas, F; (1975). Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, México : Siglo XXI.
- Piers, E; (1957). Children self-esteem level of esteem certainly and responsibility for success and failure. Journal of genetic psychology.
-
- Regueiro, M.C ; Márquez, N ; Gutierrez, A ; (1981). La mujer en sus actividades, México : Secretaría de Programación y Presupuesto.
- Rivera Carreño, N; (1979). Un estudio estadístico sobre algunas variables relacionadas al infarto, Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rivera Soberanis, M.S; Schweizer Aguilar, E.M; (1994). Autoconcepto, orientación de logro y éxito profesional en un grupo de mujeres que laboran en una empresa de venta directa, Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología, México : Universidad Intercontinental.
- Rodríguez Estrada, M ;(1986). Superación profesional de vendedores México : Manual Moderno.
- Rodríguez Estrada, M ;Gómez Rincón, M ; (1992). La mujer creativa. Psicología de la creatividad femenina, México : Pax.

- Romero García, O; (1980). Locus de control, inteligencia, status socioeconómico y rendimiento académico. Universidad de los Andes. Mérida. Venezuela.
- Rotter, J.; Chance, J ; Phares, E. (1972). Aplications of a Social learning theory of personality. New York : Holt Rinehart and Winston.
- Rotter, J; Liverant, S. Y Chawne, D. (1965). The groth and extintion of expectancies in change controled and skilled test. Journal of Psychology.
- Sabas Hernández, A; (1989). El autoconcepto de la mujer policía. Un estudio descriptivo, Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología, México : Universidad de las Américas.
- Sawrey, J . y Telfrod, c. (1979). Psicología Educacional, México : Editorial C.E.C.S.A
- Torres Zermeño, V. M ; (1997). Motivación al logro y locus de control en estudiantes de ppsicología ; Tesis de Licenciatura. Facultad de Psicología. México : Universidad Intercontinental.

ANEXOS

ANEXO 1

EDAD _____.

TIEMPO DE TRABAJAR EN LA EMPRESA _____

PERTENECE AL GRUPO DE VENDEDORAS
LLUVIA DE ESTRELLAS _____

ANEXO 2

CUESTIONARIO

A continuación hay una lista de afirmaciones. Usted debe indicar en que medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas. Hay cinco respuestas posibles: 1 = completamente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni en acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = completamente de acuerdo. Especifique su respuesta haciendo un círculo alrededor del número que mejor exprese su opinión. No hay respuestas correctas o incorrectas, hay puntos de vista diferentes. CONTESTE TODAS LAS AFIRMACIONES. Gracias.

completamente de acuerdo 5
de acuerdo 4
ni en acuerdo ni en desacuerdo 3
en desacuerdo 2
completamente en desacuerdo 1

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. El problema del hambre está en manos de los poderosos y no hay mucho que yo pueda hacer al respecto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. El que yo llegue a tener éxito dependerá de la suerte que tenga | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. El caerle bien a la gente me ayuda a resolver muchos problemas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Los precios, en general, dependen de los empresarios y no tengo influencia al respecto .. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. No puedo influir en la solución del problema de la vivienda ya que depende del gobierno .. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Que yo tenga un buen empleo es una cuestión de suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Puedo mejorar mi vida si le caigo bien a la gente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Lo que me pasa es consecuencia de mis acciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. La paz entre los pueblos depende de los gobiernos y mi contribución al respecto es insignificante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. El que yo llegue a tener mejores puestos en mi trabajo dependerá mucho de la suerte .. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Para conseguir muchas cosas necesito ayuda de gente que tiene poder | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. El hecho de que yo tenga pocos o muchos amigos se debe al destino | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Mi futuro depende de mis acciones presentes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Puedo tener éxito en la vida si soy simpático | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Que yo tenga mucho o poco dinero es cosa del destino | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. El problema de la contaminación está en manos del gobierno y lo que yo haga no cambia nada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. El puesto que yo ocupe en una empresa dependerá de las personas que tienen el poder .. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

completamente de acuerdo	5
de acuerdo	4
ni en acuerdo ni en desacuerdo	3
en desacuerdo	2
completamente en desacuerdo	1

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 18. Puedo mejorar mis condiciones de vida si tengo suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Que yo tenga éxito en mi empleo (ocupación) depende de mí | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Los problemas mundiales están en las manos de los poderosos y lo que yo haga no cambia nada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. Si le caigo bien a mi jefe puedo conseguir mejores puestos en mi trabajo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Normalmente soy capaz de defender mis intereses personales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Mi éxito dependerá de lo agradable que soy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Para subir en la vida necesito ayuda de gentes importantes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Casarme con la persona adecuada es cuestión de suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Me va bien en la vida porque soy simpático (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. Mi vida está determinada por mis propias acciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. Para resolver la mayoría de los problemas necesito ayuda de gentes importantes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. Siento que es difícil influir en lo que los políticos hacen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. Como estudiante siento (sont) que las calificaciones dependen mucho de la suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. Mi éxito en el trabajo dependerá de que tan agradable sea yo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Puedo subir en la vida si tengo suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. Yo siento que la gente que tiene poder sobre mí (padres, familiares, jefes, etc.) trata de decidir lo que sucederá en mi vida | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34. Mejorar mis condiciones de vida es una cuestión de esfuerzo personal | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35. Mi éxito en el trabajo dependerá de las personas que están arriba de mí | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36. Si soy buena gente con mis profesores puedo mejorar mis calificaciones | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 37. Mi país está dirigido por pocas personas en el poder y lo que yo haga no cambia nada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38. El que yo llegue a tener éxito depende de mí | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 39. La gente como yo tiene muy poca oportunidad de defender sus intereses personales cuando éstos son opuestos a los de las personas que tienen el poder | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40. Cuando logro lo que quiero es porque he tenido suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 41. El que mejore mis condiciones de vida depende principalmente de las personas que tienen poder | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

completamente de acuerdo 5
 de acuerdo 4
 ni en acuerdo ni en desacuerdo 3
 en desacuerdo 2
 completamente en desacuerdo 1

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 42. Puedo conseguir lo que quiero si agrado a los demás | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43. No tengo influencia en las decisiones que se toman respecto al destino de mi país..... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44. Que yo tenga el dinero suficiente para vivir depende de mí | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45. Yo siento que mi vida está controlada por gente que tiene el poder | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46. Cuando lucha por conseguir algo, en general lo logra | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47. No siempre es bueno para mí planear el futuro porque muchas cosas son cuestión de buena o mala suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 48. El hecho de que conserve mi empleo depende principalmente de mis jefes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49. Mis calificaciones dependen de mi esfuerzo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50. Mi éxito dependerá de las personas que tienen el poder | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51. Muchas puertas se me abren porque tengo suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52. La cantidad de amigos que tengo depende de lo agradable que soy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53. Que yo consiga un buen empleo depende de mis capacidades | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 54. Las guerras dependen de los gobiernos y no hay mucho que yo pueda hacer al respecto. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 55. En la vida puedo conseguir muchas cosas si soy buena gente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 56. Si tengo un accidente automovilístico ello se debe a mi mala suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 57. Muchas puertas se me abren porque soy simpático (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 58. Que yo obtenga las cosas que quiero depende de mí | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 59. Mi sueldo dependerá principalmente de las personas que tienen el poder económico | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 60. Puedo llegar a ser alguien importante si tengo suerte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 61. La mejora de las condiciones de vida depende de los poderosos y no tengo influencia sobre ésta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Por favor, verifique si contestó todas las afirmaciones. GRACIAS.