

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

---

**FACULTAD DE PSICOLOGIA**

**CONSTRUCCION DE UN INVENTARIO DE  
INTERESES PARA SELECCION DE  
AGENTES PROPAGANDISTAS DE  
"PRODUCTOS ETICOS."**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA**

**P R E S E N T A  
ARMANDO RUIZ RODRIGUEZ**



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.

A la Memoria de mi Madre.

---

A Mi Padre :

Con profundo agradecimiento.

A mis hermanos :

Abelardo,

Héctor y

Esmeralda.

y

A mis tías :

Maclovia,

Esther y

Ernestina

Con cariño.

A mi esposa Carmela :

Con infinito amor.

A mis queridos hijos :

Armando y

Carmelita.

Quiero hacer patente mi agradecimiento a quienes me brindaron su ayuda para obtener el grado de Licenciado en Psicología, reconociendo que sin ella hubiera sido difícil conseguir esta meta.

Primeramente deseo mencionar al Licenciado en Psicología Alvaro Jiménez Osornio y a la Licenciado en Psicología María Luisa Morales, quienes además de impulsarme y ayudarme profesionalmente, me brindaron su amistad y -- apoyo.

Quisiera también mencionar a quienes cooperaron física, moral o intelectualmente a la realización de esta tesis profesional. A todos hago pública mi gratitud.

Lic. Luis Cornejo Briseño, Lic. Isauro Cano Cerezo e Ing. Arturo Carrillo.

Quiero también agradecer la colaboración del Sr. Clemente Ruiz - Reyes Gerente de los Laboratorios The Warren Teed Pharmaceuticals Inc. y el Sr. Antonio Curzio, Gerente de los Laboratorios Italmex, S. A.; así como también a los Señores Gerentes de los Laboratorios Andre Bigaux, S. A. y Organon Mexi-- cana.

## C O N T E N I D O

	Pág.
<u>INTRODUCCION</u>	1
<u>ANTECEDENTES</u>	3
a) Uso de los inventarios de intereses en la selección de personal.	4
b) Los inventarios de intereses ocupacionales utilizados - en el medio mexicano.	11
c) Los inventarios de intereses ocupacionales en la selección de vendedores.	22
d) El motivo de este trabajo.	33
<u>DISEÑO EXPERIMENTAL</u>	36
a) Planteamiento de hipótesis de trabajo	37
b) Materiales utilizados	43
c) Características de la muestra.	48
<u>PROCEDIMIENTO</u>	53
a) Elaboración de la Batería	54
b) Aplicación de los Tests	58

	Pág.
<u>MANEJO ESTADISTICO</u>	61
a) Análisis de correlación	62
b) Porcentajes de aceptación de las áreas investigadas	72
c) Elaboración de percentiles para la prueba de Shore	75
<u>RESULTADOS</u>	77
Descripción de los resultados, Análisis e Interpretación	78
<u>CONCLUSIONES</u>	81
<u>APENDICE</u>	85
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	120



## INTRODUCCION

En nuestro país actualmente se cuenta con una serie de tests psicométricos, proyectivos, de aptitudes, intereses, valores, etc., que en un 95% proceden de otros países en donde fueron creados, tales como Estados Unidos, Argentina, Francia, etc. Los cuales se adaptan como material para el trabajo cotidiano del psicólogo, o bien en ocasiones se tiende a utilizarlos con los efectos consecuentes por la ausencia del conocimiento psicométrico suficiente para comprender que es necesario la estandarización, adaptación y evaluación de los mismos, al medio en el que se van a utilizar.

Sin embargo la elaboración, experimentación y estandarización de nuevos instrumentos psicológicos, se ve relegada a un segundo término, y en contadas ocasiones se ve que sale a la luz un test producto de un autor mexicano. Esto no quiere decir que en nuestro país no existen investigadores que se dediquen al estudio de nuevas técnicas de medición y que constantemente trabajan para lograr renovar los instrumentos que se utilizan en la actualidad.

En el terreno de la psicología industrial y tomando en cuenta la selección de personal, se hacen necesarias técnicas particulares para encontrar al personal idóneo a la gran cantidad de puestos existentes en las diferentes empresas. Por lo tanto es necesario el estudio de las actividades a las que se dedican un gran número de personas que forman nuestra población y que siendo éstas semi-profesionales, ocupan un sector muy elevado.

Entre las múltiples ocupaciones a las que hicimos mención, tenemos la actividad de VENTAS, y más específicamente para el propósito del presente trabajo, nos encontramos con vendedores especializados, los cuales se dedican a dar a conocer los productos farmacéuticos y a promover la venta de los mismos, siendo nominados como "Agentes Propagandistas de Productos Eticos".

Tratando de conocer las necesidades en cuanto a personal de este tipo de empresas que trabajan con medicamentos, procedimos a la realización del presente estudio, cuya finalidad es la de crear un instrumento que pueda medir - específicamente los intereses dominantes en los sujetos que se dedican o pretenden dedicarse a esta actividad, con el fin de facilitar un poco la selección de este tipo de personal; ya que como es sabido por todos nosotros, representa mucho gasto la selección cuando no se elige a los candidatos adecuados al puesto. Ya que se conjugan muchos problemas tales como una falta de interés por la labor, dificultad para el entrenamiento, la capacitación y el desarrollo del candidato dentro de la empresa.

## ANTECEDENTES

#### a) USO DE LOS INVENTARIOS DE INTERESES EN LA SELECCION DE PERSONAL.

Uno de los métodos utilizados para seleccionar a los aspirantes a cualquier empleo en muchas de las empresas actuales, es el estudio psicológico, el cual ha demostrado sus resultados en forma amplia y satisfactoria. Por lo cual cada día vemos que los empresarios se interesan en contratar psicólogos para su departamento de personal o bien utilizan los servicios de algún despacho especializado que les realiza los estudios a sus candidatos.

Ahora bien, dentro de los instrumentos utilizados, uno que ocupa un papel muy importante, son los inventarios encaminados a investigar los intereses de los aspirantes, ya que éstos tienen como finalidad valorar el tipo de interés y gustos que experimenta el individuo en base de la hipótesis de que dichos intereses pueden relacionarse con el desempeño de distintas clases de oficios o empleos. Cuando dichas pruebas se utilizan como procedimiento de selección para un empleo, sirven concretamente para predecir la calidad del trabajo futuro del interesado. (1)

Generalmente los gerentes de personal, caen en la cuenta de la importancia que tiene el interés del trabajador por la actividad que desarrolla u

---

(1) Joseph Tiffin y Ernest J. Mc. Cormick. "Sicología Industrial". Editorial -- Diana. 1971. Pág. 180.

oficio que desempeña. Al comparar a las distintas personas que ejecutan trabajos semejantes, hay razón para creer que aquellos a quienes no gusta su trabajo, no obtienen el mismo rendimiento ni alcanzan la máxima perfección en él, así como tampoco permanecen tanto tiempo en el empleo como los que tienen afición a un oficio y trabajan con gusto. Por otra parte, los individuos que están desarrollando un tipo de actividad, por la cual sientan poco o ningún interés, no tienen oportunidad de llegar al nivel de satisfacción en su trabajo que alcanzan las personas experimentadas y aficionadas en la actividad u oficio que están desarrollando. (2)

Por lo tanto dentro de las baterías de pruebas, frecuentemente se incluyen inventarios de intereses, tales como el "Pliego de Intereses Vocacionales Intensos" ( Strong Vocational Blank ). El cual se ha preparado esencialmente para poder dar un consejo orientador, respecto a la vocación del individuo. Sirve para determinar si la gama de intereses del mismo, coincide con la de los individuos dedicados a un gran número de profesiones y ocupaciones. En igualdad de circunstancias, la persona que se decide por una profesión y ocupación determinada, probablemente se sentirá más feliz y triunfará más, si sus intereses fundamentalmente son semejantes a los de los individuos consagrados a aquella actividad. (3)

---

(2) Joseph Tiffin y Ernest J. Mc. Cormick. "Sicología Industrial". Editorial — Diana, 1971 cáp. 6, pág. 171.

(3) E.K. Strong Jr. "Vocational Interest Test". Educational Record. 1927. Págs. 107 y 121.

Otro de los tests utilizados frecuentemente, es el Record de Preferencias de Kuder, del cual hay cuatro formas, siendo dos de ellas las más usuales: (4)

La forma C ( vocacional ), la cual sirve para medir las siguientes - 10 áreas de interés:

Actividades al aire libre

Mecánicas

Calculadoras

Científicas

Persuasivas

Artísticas

Literarias

Musicales

Servicio Social

Oficina.

y la forma D ( ocupacional ), que valora los intereses del individuo por ciertas ocupaciones específicas, más bien que las que se refieren al campo vocacional. Esta es una forma nueva de la prueba, que se hizo pública en 1956. Hoy en día se dispone de claves separadas para las respuestas con el objeto de - puntuar el interés del sujeto por las 10 siguientes ocupaciones:

---

(4) G.F. Kuder. "The Stability of Preference Items". Journal of Social Psychology. 1939. Pág. 19, 47-50.

Ingeniero de electricidad

Agricultor

Trabajo Forestal

Clérigo o ministro

Editor de periódico

Médico

Psicólogo - clínico

Psicólogo - industrial

Superintendente de escuelas

Secretario de la YMCA.

Otra de las pruebas utilizadas, es la "prueba Cardall (5) de interés primordial por los negocios, cuya finalidad es la de calibrar las preferencias del sujeto por las actividades específicas de trabajo que caracteriza el comienzo de los empleos de negocios. Estas preferencias inmediatas y específicas se refieren al trabajo inicial y determinan el grado de interés o aburrimiento del individuo por sus actividades primeras y frecuentemente en progreso de dicha tarea. Hay cinco campos a los cuales se aplican las medidas de esta prueba que son las siguientes:

Contabilidad

Cobros y relaciones

---

(5) A.J. Cardall. "A Tests for Primary Business Interest Based on a Funtional - Occupational Clasification". Educational and Psichological Measurements, - 1942. Pág. 2, 113, 138.



Trabajo de ventas y oficina

Trabajo de ventas en la tienda

Catalogación estenográfica.

Laurence Siegel (6) Director del Servicio de Investigación Institucional de la Universidad de Miami, en su libro *Psicología Industrial*, nos dice:

Los intereses son producto de una acción recíproca de los factores hereditarios y ambientales. Es probable que los seres humanos posean capacidades que nunca se conocen ni se aprovechan completamente. La falta de interés es la causa principal de que nunca utilicemos a fondo nuestras capacidades en ciertos aspectos. También lo contrario es relativamente cierto. La herencia delimita la esfera de los intereses individuales al limitar la esfera de las posibles realizaciones. Por consiguiente no sería lógico esperar que un individuo daltónico se mostrara muy interesado en la pintura u otra actividad relacionada con la distinción de los colores o su armonización. Pero el principal factor limitante en la evolución de nuestros intereses es de naturaleza más bien ambiental que hereditaria.

De dos solicitantes que posean una experiencia potencial previa, más o menos igual, probablemente será más eficiente como empleado aquel que tenga intereses ocupacionales más definidos. Sin embargo la evaluación de los intereses presta una ayuda más eficaz en el asesoramiento de los estudiantes que en la se-

(6) Laurence Siegel. "Psicología Industrial". Compañía Continental, S.A. 1971  
Pág. 162, 163.

lección de personal. Al uso del inventario de intereses en el procedimiento de la selección, se le hace la objeción fundamental de que los puntos comprendidos en dichos inventarios, suelen translucirse demasiado. El candidato puede a menudo, con solo leer la pregunta, determinar cual será la respuesta que representará mejor sus intereses para el empleo de que se trata. De ésta manera puede dar la respuesta "mejor" ó "más apropiada", aún cuando en realidad no indique sus verdaderos intereses.

El que las preguntas sean transparentes, no se considera como un problema serio cuando los que hacen el inventario de los intereses, son estudiantes en busca de asesoramiento, pues es probable que tengan interés en contestar tan cuidadosa y acertadamente, como les sea posible. Sin embargo, lo que les interesa a los que buscan empleo, es conseguirlo, por lo tanto, la validéz de sus respuestas en un inventario de intereses, es material dudoso.

Se deduce por lo mismo, que los inventarios de intereses son probablemente más útiles en un programa de pruebas de personal, cuando los resultados se usan para la colocación, la calificación o el asesoramiento más bien que para la selección. Una vez aceptado, es probable que se pueda inducir al empleado a responder con toda sinceridad en un inventario de intereses, con el aliente de que así será más fácil asignarlo a la clase de trabajo en que tiene más probabilidades de tener buen éxito.

La única excepción digna de mención en esta generalización, es que se ha demostrado que los inventarios de intereses tienen validez en la selección -

de ciertos grupos de vendedores. Las claves de la calificación del "arte de vender", proporcionadas para los inventarios de los intereses estandarizados, ayudan positivamente a la selección en determinadas circunstancias; en otras, se ha tenido que recurrir a la elaboración de claves especiales para algunos trabajos - - específicos. (7)

---

(7) J. L. Hughes y W. J. Mc Namara "Limitations on the use of strong sales keys - for selection and counseling "Journal of Applied Psychology, 1958 Vol. XLII - - Pág. 93, 96.

b) LOS INVENTARIOS DE INTERESES OCUPACIONALES EN EL MEDIO MEXICANO.

Como señalamos en la introducción a este estudio, un 95% del material psicológico utilizado en nuestro país, procede de otros países y aunque se trata de tests debidamente consistentes y confiables para la población a donde se llevó a cabo la estandarización, no lo son así para nuestro medio, encontrándonos en muchas ocasiones ante el problema de obtener resultados aproximados o poco confiables, teniendo que adaptar nuestro criterio al de los países en donde se originaron.

Frecuentemente adaptamos tests que se acercan a nuestros propósitos, pero de ninguna manera satisfacen por completo nuestras necesidades, por ejemplo tratando de investigar si los intereses que posee un sujeto, se dirigen hacia determinada área de trabajo, y no contando con un test especializado para ello, se hace uso de un test vocacional que como el de Kuder forma CH., presenta las siguientes inconveniencias :

En primer lugar se trata de un test que por diseño y forma de aplicación, le lleva a un sujeto, de una hora a una hora y media el resolverlo, y en segundo lugar, los resultados que vamos a obtener después de todo esto, solo nos va a servir parcialmente, puesto que la población para la fueron creados principalmente de estudiantes, no es a la que la estamos aplicando nosotros.

Otro problema al que se enfrenta el psicólogo mexicano, es el de tener que conjugar los resultados de varios tests, porque solo con la reunión de éstos logra conjuntar los elementos que le interesa investigar y que naturalmente no los encuentra en un solo test, lo cual repercute finalmente en pérdida de tiempo.

En muchas ocasiones también, con los resultados que presentan tablas de X país, se trata de calificar o cualificar a un sujeto mexicano, lo cual es totalmente inadecuado, ya que no presentan consistencia esos resultados con respecto a nuestro medio.

Y finalmente nos encontramos con el rechazo de ciertos empresarios ante las técnicas utilizadas por los psicólogos mexicanos, ya que conscientes del material que se utiliza, consideran que no van a obtener los resultados esperados si les encomiendan la selección de su personal a éstos psicólogos. Optando por seleccionarlos únicamente mediante la entrevista en la que ponen en juego su experiencia y ese "no se que", que les hace sentir que tal o cual sujeto es un buen candidato para determinado puesto.

En una revisión realizada en la Biblioteca de la Facultad de Psicología, de todas aquellas tesis profesionales realizadas por psicólogos mexicanos, y que en alguna forma se ocuparon del uso de los inventarios de intereses ocupacionales, nos pudimos dar cuenta que en primer lugar, son pocos los que han abor-

dado el tema(1) y en segundo lugar, que fundamentalmente lo han hecho a nivel de psicopedagogía u orientación vocacional(2) y que en raras ocasiones lo han abordado con fines de utilización en Psicología Industrial a nivel de selección de personal.(3) No habiendo encontrado ninguna que trate el tema específico motivo de este trabajo, y que en las ocasiones mencionadas se han utilizado inventarios de intereses, ya mencionados, tales como: el Strong y el Kuder, lo cual viene a ratificar nuestra postura original, la cual apoyaremos indicando que en la actualidad, ya no es operante la utilización de instrumentos extranjeros que no sean adaptados primeramente en nuestra población como se ha hecho con el test de valores de Allport por ejemplo.

Sin embargo aunque en la industria la utilización de los inventarios de intereses no ofrece suficientes antecedentes, como ya indicamos existe una amplia utilización de estos instrumentos en la orientación vocacional de la cual trataremos brevemente.

Según Harry D. Kitson, la orientación vocacional como una forma reconocida de servicio educativo y social data solamente de 1908 y desde 1910 se ha establecido firmemente que la escuela es la institución lógica y estratégica en la cual se debe dar la orientación vocacional. (4)

- 
- (1) Ruth Valencia de la Rosa. "Estudio Psicométrico de dos Pruebas Vocacionales. 1972. Tesis Profesionales. UNAM.
  - (2) Nohemi Bejarle Palacios. "Conceptos de Intereses, su Valor, su Uso y algunas Técnicas para su Medición en el campo de la Orientación Vocacional. 1970.- Tesis Profesional. UNAM.
  - (3) Enrique Maldonado González. "Discusión respecto al empleo de Pruebas Psicotécnicas para la Selección en el Campo Industrial. 1964. Tesis Profesional. Universidad Labastida, Monterrey, N.L.
  - (4) Harry D. Kitson. Objectives and Problems of Vocational Guidance. Pág. 259-21. Editado por Edwin A. Lee, Mc Gran Hill Book Company Inc. Nueva York. 1938.

El objetivo de la orientación, cuando al principio se convirtió en una actitud organizada, era únicamente el de investigar la vocación para la cual se hallaba mejor adaptado el individuo. Pero más recientemente este concepto ha cambiado, se ha dado un alcance más amplio y ya no comprende la idea de que un individuo se halla mejor adaptado solamente para una vocación. Hay dos definiciones que merecen ser anotadas.

La orientación en la escuela secundaria se refiere a aquel aspecto del plan educativo que se interesa especialmente por ayudar al alumno a adaptarse a su situación actual y planear su futuro de acuerdo con sus intereses, capacidades y necesidades sociales. (5)

Traxler cree que el único concepto de orientación que puede tener aplicación real a los problemas prácticos de aconsejar es el funcional. Define la orientación bajo condiciones ideales, como la capacitación de cada individuo para comprender sus posibilidades y sus intereses, desarrollarlos lo mejor posible y relacionarlos con los objetivos de la vida y, finalmente, para alcanzar un estado de completa y madura orientación de sí mismo como miembro de la orden social. (6)

Hemos dicho que uno de los objetivos fundamentales de la orientación, es la de investigar la vocación, ahora bien, ¿qué es la vocación? Grego-

(5) Shirley A. Hamrin y Clifford E. Erickson, *Guidance in Public Secondary School*, pág. 1-2 Appleton-Century-Crofts Inc. Nueva York 1939.

(6) Arthur E. Traxler ed. *Guidance in Public Secondary School* P. XI Educational Records Bureau, Nueva York, 1939.

rio Fingerman (7), define la vocación diciendo que es una disposición de carácter subjetivo. Como su nombre lo indica, es algo así como un llamado desde -- afuera, pero en realidad es una inclinación que va desde adentro hacia determinadas tareas o actividades. Por esto no debe confundirse con aptitud que tiene - un carácter objetivo que se traduce en realizaciones.

José Mallart nos dice " cuando un hombre siente afinidad por una determinada profesión o se siente llevado a realizar una determinada actividad como si obedeciera a impulsos internos que le invitasen a la expansión de su vida en aquel sentido, se dice que tiene vocación ( del latín " Vocatio ", acción de llamar o sea " llamamiento " hacia un determinado destino). (8)

La vocación conduce al trabajo agradable a la vida llena de actividad estimulante, al continuo juego de creación.

En la orientación vocacional se emplean entre otros muchos, el método de los tests. Como resultado de su aplicación, el consejero de orientación obtiene importantes informaciones. El método es muy importante por la extensión de que es susceptible y se destaca por las violentas controversias a que ha dado lugar. (9)

Mediante la aplicación de los tests, en lugar de ser juzgado por in--

(7) Gregorio Fingerman - Lecciones de Psicología Pedagógica. Librería "El Ate-- neo". Buenos Aires, 1958 Cap. XXIII.

(8) José Mallart.- Orientación funcional y formación profesional. Editorial Espasa Calpe, S. A. Madrid 1946, págs. 43 y 47.

(9) Matías López Chaparro, Educación Educativa y Vocacional Manuales de Estudio, 1962, pág. 63.



tuición o por observación lenta, el sujeto es considerado como revelador de sus aptitudes o ineptitudes por la manera como reacciona a la prueba a que es sometido.

Para la formulación del consejo de orientación vocacional, las autoridades en la materia han considerado que son indispensables varios tipos, cuyos resultados deben relacionarse debidamente. En la actualidad se emplean cinco tipos de tests: de inteligencia, de aptitudes, de aprovechamiento, de intereses y de personalidad.

La inteligencia que miden los tests se ha definido como la habilidad general para aprender.

Los tests de aptitud permiten cuantificar una habilidad específica para aprender.

Los tests de intereses hacen posible la evaluación de la actitud del individuo hacia una determinada actividad humana y como tal se refiere a la dimensión afectiva considerada por los psicólogos como determinante en las preferencias vocacionales.

Los tests de personalidad son medios de evaluación de ciertas características predominantes en el sujeto, que facilitarán la realización de un oficio o de una profesión.

Ahora bien a lo largo de este capítulo hemos hablado de que para poder orientar debemos conocer la vocación del individuo mediante el conocimiento -

de sus intereses y ¿qué son los intereses?

El Diccionario de Psicología nos define el interés como " el senti--- miento que acompaña la atención especial hacia algún contenido ", y también - como la " actitud caracterizada por el enfoque de la atención sobre ciertos da-- tos cognoscitivos ". (10)

Por su parte los autores del Diccionario " Enciclopédico Salvat, nos definen el interés diciendo que es la inclinación psíquica más o menos vehemen- te hacia un objeto, persona o narración que le atrae o conmueve ", o bien que es el " nexa que una persona establece con alguna cosa, persona o grupo nece- sario para la satisfacción de sus deseos particulares, para obtener beneficios, es- tablecer determinada relación etc. (11)

Si de acuerdo a las definiciones anteriores, al hablar de interés, nos referimos a una atención especial hacia algún contenido, datos cognoscitivos etc. etc., y la vocación es una inclinación que va desde adentro hacia determinados intereses, es lógica la relación existente entre estos dos conceptos, ya que se -- puede inferir diciendo que un sujeto tendrá vocación si se encuentra realmente - interesado hacia determinada actividad o profesión y si ese interés es genuino, - la realización de las actividades involucradas condicionará a un trabajo agrada-- ble, estimulante y creativo, así como a un ejercicio profesional lleno de satisfac-----

(10) Diccionario de Psicología Howard C. Warren Editor 1960, Fondo de Cultura Económica.

(11) Enciclopedia Salvat Diccionario, Salvat Editores, S. A. 1971, tomo 7, págs. 1842, 1843.

ciones.

Para la elaboración de un inventario de interés, Strong parte de las siguientes hipótesis, las cuales consideramos se adaptan perfectamente a nuestro planteamiento y apoyan nuestras ideas. ( 12 )

a) " Es difícil triunfar en una profesión si no interesa " .

b) " No es probable el éxito si los intereses de un sujeto no coinciden con los de la mayor parte de los que practican esa profesión .

c) " El interés por aquellos temas académicos que se exigen a la preparación para una profesión no es una base adecuada para predecir la satisfacción de dicha profesión .

d) " Los intereses que producen satisfacción en el año de 1930 lo seguirán produciendo en el año de 1970 " .

Es un hecho ampliamente conocido, que el interés actúa como un poderoso estímulo, tanto en el aprendizaje como en el ejercicio de toda actividad humana, sea ella científica, económica, o un mero pasatiempo, sin otro fin distinto a la satisfacción que produce .

Es posible tener varios intereses a un tiempo, es cierto también que unos de ellos son generalmente más intensos que otros. La manera como se combinan los intereses entre sí y su relativa intensidad, son factores que determinan la formación de perfiles de intereses de índole muy diversa y que varían considera--

(12) Lee J. Cron Bach - Fundamentos de la Exploración Psicológica - Biblioteca Nueva, Madrid, 1963, pág. 425.

blemente de un individuo a otro.

Los psicólogos y los especialistas en los análisis de las actividades profesionales, han dedicado últimamente mucho tiempo al estudio de estos perfiles, - especialmente en relación con el rendimiento profesional y han elaborado instrumentos que se conocen con el nombre de " Inventarios " ó " Escalas " de intereses, diseñados con el propósito de descubrir los auténticos intereses del individuo - y formular, con base a ellos, un pronóstico acerca de su posible éxito dentro de un determinado campo profesional.

En estas investigaciones se parte del supuesto que el éxito profesional - está estrechamente vinculado a la satisfacción que produce el trabajo y que la satisfacción a su vez depende en gran parte, del interés que demuestra el individuo por un determinado tipo de actividad. Desde luego el éxito profesional no depende tan solo del interés, sino también de las aptitudes y habilidades del profesional, como también de otros factores de índole muy diversa, pero es innegable que el interés es uno de los más importantes y por lo tanto debe tenerse -- muy en cuenta, especialmente en el momento de tomar la decisión acerca de la futura carrera profesional.

El interés es una respuesta emocional, por lo tanto pone de manifiesto los más hondos y ocultos estratos de la personalidad. Muchas frustraciones y fracasos en el ejercicio profesional han sido consecuencia de no haberse tenido en -- cuenta la íntima relación que existe entre el campo de los intereses propios a un individuo y el tipo de actividad que se ajusta a ellos. (13)

---

(13) Magdalena Mijares López.- Trabajo de Investigación de las Formas del Kuder, - Psicología U. I. A.

No debemos olvidar tampoco que existen factores de personalidad de los individuos determinantes para un buen ejercicio profesional.

"Una reciente información del Industrial Fatigue Research Board, considera importante determinar hasta que punto el joven podrá desenvolverse en el --trato con otras personas y juzga estas emociones personales como de las más fáciles de medir. Se trata de averiguar si se desenvolverá mejor con personas, con cosas o con papeles. El joven que pertenece a la primera de éstas tres clases, se adaptará evidentemente a empleos que le pongan en contacto activo con otros seres humanos, será dispuesto para profesiones como las de maestro, comerciante o agente de negocios. El que pertenezca a la segunda clase, estará más capacitado para el trabajo impersonal, como el de químico o ingeniero, y el que pertenezca a la tercera clase, se adaptará a lo que pudiéramos llamar trabajo de oficina: manejo de informaciones, correspondencia y archivo. El informe citado indica que puede ser de importancia otras cualidades temperamentales para elegir o rechazar ocupaciones más especializadas. El joven de bajo nivel en cuanto a honradez no podrá --ejercer un cargo de confianza en un Banco, donde le asalten fuertes tentaciones.-- El que tenga poca aplicación y conciencia, fracasará probablemente en una ocupación que requiera trabajo constante y meticulado con poca o ninguna vigilancia, --un individuo tímido o nervioso no será apto para una profesión que implique riesgos o prontas decisiones imprevistas, y los de tipo sumiso fallarán en ocupaciones --que requieran disciplina, confianza propia y espíritu de caudillaje. El adolescente inestable que propenda a desear mudanza y excitación, no se adaptará bien cuan

do desempeñe un cargo que exija rutina y hábitos sedentarios, mientras que el tipo soñador probablemente se mostrará eficaz en la atmósfera de rutina mecánica. No hay que decir que la comprobación experimental de las cualidades de carácter sería poco satisfactoria en muchos sentidos si faltase el conocimiento adicional adquirido por una exploración íntima de la historia pasada, la cual puede obtenerse por mediación de los padres y maestros y por el estudio de los intereses, - caprichos y conducta diaria del joven. (14)

---

(14) Read Stanford C.- Luchas de la Adolescencia Masculina.- Editorial Francisco - Beltrán - Madrid 1931, Cap. XIV.

c) LOS INVENTARIOS DE INTERESES OCUPACIONALES EN LA SELECCION DE VENDEDORES.

Es impresionante la calidad de los métodos utilizados en la actualidad por algunas compañías para la selección de los vendedores. Con frecuencia se tiene la sensación que se dedica mayor atención y se invierte más dinero en dichos programas, que en seleccionar hombres de ciencia, ingenieros, inspectores, directivos o cualquier otro grupo profesional. Al parecer las entrevistas cuidadosamente planeadas, la comprobación minuciosa de referencias mediante visitas personales y llamadas telefónicas, la detallada evaluación de solicitudes de empleo y de los currículums de trabajo, aplicación de pruebas por escrito y exámenes médicos, representan la regla más bien que la excepción, en las compañías más importantes. - Ello es una muestra patente de que el primer objetivo de la gerencia lo representa la creación de un contingente de ventas de la más alta calidad, así como de que reconoce la importancia que representa una excelente selección para formar dicho contingente. (1)

Las compañías tienen conciencia del riesgo cada vez mayor que representa una adecuada selección debida al porcentaje siempre en aumento de vendedores que perciben sueldos, así como la utilización creciente de amplios programas de formación. Indudablemente gran parte del incremento de mejores métodos de --

(1) Milton M. Mandell "Selección de Vendedores" 1962. Ediciones Rialp S. A. - Pág. 12.

contratación es el resultado de dichas circunstancias. (2)

Son evidentes los probables beneficios, tangibles o intangibles de aplicar un sólido programa de selección, además de producir un aumento en las ventas por vendedor y disminuir los reemplazos de dichos vendedores, tal programa ayuda a reducir los gastos de formación al mejorar la calidad de los que se entrenan, favorece la contratación atrayendo excelentes candidatos, que se muestran impresionados cuando una compañía manifiesta interés hacia el empleado al utilizar métodos de selección concienzudos; logra un número adecuado de empleados capaces de ascensos; disminuye el costo de la inspección y de las hojas de servicio y reduce al mínimo la pérdida de clientes, resultante de los reemplazos de vendedores. (3)

Los datos disponibles indican que durante los últimos 15 años, se ha producido un gran incremento en el uso de los tests para seleccionar vendedores, en E. U., por ejemplo, de 178 compañías participantes en una encuesta, 95 ( el 53 por 100) usan los tests, en comparación con el 25 por 100 de las compañías que participaron en la encuesta. (4)

Los comentarios de las firmas que emplearon en tests, son en general -- favorables.

-----  
 (2) J. N. Griffith " A proved plan improving the selection of salesmen". Marketing series número 76 Pag. 80 American Management Association Nueva York- 1949.

(3) (4) Milton M. Mandell "Selección de Vendedores". Ediciones Rialp, S. A. - 1962. Pág. 11 y 86.



## INVENTARIOS DE INTERESES

Al resumir el trabajo de investigación en el campo de la selección de vendedores, Milton E. Hahn, escribe " Paterson, Strong, Kuder, Bills ", y otros contribuyeron a los trabajos de investigación, en lo que se basa la hipótesis de que una evaluación adecuada de la estructura de los intereses, es la mejor indicación de la aptitud para la venta. Esta declaración indica que una gran parte del programa de tests para el vendedor, podría consistir en inventarios de intereses entre los cuales los más conocidos son: el Strong Vocational Interest Blank (cuestionario sobre intereses vocacionales), el Kuder Preference Record (historial de preferencias), el Allport-Vernon Stud of Values (estudio de valores de Allport-Vernon). Si bien todos los autores de cuestionarios de intereses, reconocen que tanto la aptitud como el interés, son importantes en la selección como indicadores de la vocación, insisten en que los intereses de un individuo son extremadamente reveladores. (5)

Aún cuando las puntuaciones de los inventarios se expresan de distintas maneras, su finalidad es siempre la misma. En el inventario de Strong, las puntuaciones se determinan por la similitud entre las respuestas del candidato y las que dieron los individuos y empleados en distintas ocupaciones. Por tanto permite afirmar que los intereses del candidato, son similares a los del término medio de los vendedores, agentes de seguros, corredores de fincas, etc. Sin embargo los méto-

(5) The Fourth Mental Measurements Yearbook. Editor K. Buros. Gryphon Press, Hingland Park N. Y. 1953. Pág. 823.

dos de Kuder y de Allport-Vernon, revelan intereses amplios que son comunes a muchas ocupaciones, por ejemplo, la escala de Kuder, puede no solo aplicarse a los intereses del vendedor, sino también a los del abogado, industrial directivo, etc. (6)

### CARACTERISTICAS DE UNA ESCALA DE INTERESES.

Antes de hablar de las escalas de interés, es necesario hablar de los tests y su clasificación.

La palabra test, se deriva del Inglés que significa prueba. Por medio de él, permite examinar experimentalmente del modo más sencillo, en el menor tiempo y en cualquier sitio, las aptitudes psíquicas en un sujeto. (7)

Stern nos da la siguiente definición de tests.

" Por test se entiende el planteamiento de un problema, claramente circunscrito que debe conducir al conocimiento de una determinada calidad psíquica. Se diferencia de los exámenes pedagógicos corrientes en que no valora los resultados objetivos de la capacidad como tales, ni trata de comprobar resultados de una labor de enseñanza o aprendizaje, sino que ha de demostrar, la capacidad en que se afirman los trabajos. No es un examen de conocimientos, sino de aptitudes. Nunca se advertirá bastante que el test solo es un medio para lograr un objeto y ese objeto es conocer a la persona como hecho fundamental, -----

(6) Milton M. Mandel "Selección de Vendedores". Ediciones Rialp, S. A. 1962. Pág. 93.

(7) Enrique Maldonado González. "Discusión respecto al empleo de Pruebas Psicotécnicas para la Selección de Personal en el campo Industrial". 1964. Tesis Profesional Universidad Labastida - Monterrey, N. L.

se inculcará a cada examinador, que deberá preferirse un test malo en manos de un examinador bueno, a un test bueno en manos de un examinador malo". (8)

○ como nos dice Bela Szekely, los tests son instrumentos utilizados para apreciar o medir habilidades mentales, conocimientos ó aptitudes. (9)

### CLASIFICACION.

Desde el punto de vista en que sean juzgados, admiten diferentes clasificaciones, las cuales varían según el autor. (10)

1.- Según el campo en que se emplean pueden ser :

Clínicas

Pedagógicas

Profesionales

Industriales, etc.

2.- Formal pueden ser :

a) Tests de manipulación : cuando los problemas se resuelven únicamente con las manos.

b) Tests verbales : cuando las respuestas que dá el sujeto, son orales.

c) Tests escritos : cuando se tienen que dar respuestas mediante lápiz y

( 8 ) Veronille - "Tests Mentales, Significado, Uso y Valor". - Editorial Kapelusz y Cía. Buenos Aires - 1948.

( 9 ) Bela Szekely - "Los Tests" Primera Parte - Editorial Kapelusz 1962 - Pág. 7.

(10) Enrique Maldonado González, "Discusión de pruebas psicotécnicas para la selección de personal en el campo Industrial". 1964 - Tesis Profesional. Universidad Labastida, Monterrey, N. L.

papel.

3.- Según la respuesta que den pueden ser :

a) De opción: cuando solo hay una alternativa de respuesta, es el test de tipo cuestionario, en el que se hace una pregunta al sujeto a la cual tiene -- que contestar, si es falsa ó verdadera ó si está ó no de acuerdo.

b) Libres: cuando la respuesta se deja en completa libertad para que -- el sujeto la dé según sus deseos.

c) Agrupadas: es el tipo de prueba en la cual el sujeto ante varios -- juicios que se le presentan debe escoger uno.

4.- Según el fin ó propósito del test pueden ser :

a) Tests aislados: cuando se está buscando una aptitud en especial, la memoria, atención, etc.

b) Test graduado: cuando se usa en forma metódica para graduar ó medir el grado de una aptitud especial.

c) Batería de tests: cuando se usa un grupo de tests para medir una ó -- varias aptitudes.

5.- Según el metodo de administración.

a) Pruebas individuales

b) Pruebas colectivas

## 6.- Pruebas de eficiencia.

Son aquellas que determinan los resultados que puede dar un sujeto al-  
desarrollar un trabajo determinado.

Se pueden clasificar en :

- a) Pruebas de inteligencia
- b) Pruebas de aptitudes
- c) Pruebas de habilidades

## 7.- Pruebas de Personalidad.

Son aquellas que exploran intereses, carácter, afectividad, etc.

Se clasifican en :

- a) Cuestionarios
- b) Pruebas objetivas de personalidad
- c) Técnicas proyectivas.

Tipos de pruebas psicológicas más empleadas en el campo industrial.

### 1.- Pruebas de habilidad mental.

Cobran valor en la selección de personal, siempre que los empleados -  
vayan a trabajar en puestos que requieran adaptabilidad, precisión y buen juicio.

### 2.- Pruebas de aptitud.

Estas miden la potencialidad en habilidad y capacidad tales como las -

aptitudes mecánicas, musicales, de expresión verbal, habilidad mecánica, etc.

Los exámenes experimentales de aptitud profesional se basan en 2 - principios a saber, en la gran variedad de psicoestructuras humanas y en la extrema división del trabajo de la industria moderna, que exige cada vez más la especialización.

### 3.- Pruebas de intereses.

Estas pruebas son utilizadas para establecer el matiz de los intereses individuales y así establecer los tipos de trabajo que podrían satisfacer a los empleados.

### 4.- Pruebas de estabilidad emocional.

El ajuste y la personalidad se utilizan para definir el temperamento básico del candidato y apreciar lo que podemos describir como su carácter habitual, se trata de establecer como obrará el candidato y de asignar valor a sus motivaciones.

### 5.- Pruebas de oficio.

Miden los conocimientos que tiene el solicitante de su oficio y quizá también el grado de maestría de éste. Estas pruebas podrían considerarse como una subdivisión de las pruebas de habilidad o aptitudes.

Bela Szekely en su libro " los tests ", dice en el capítulo dedicado a los tests de intereses vocacionales. ( 11 ).

" Los inventarios, cuestionarios, registros, etc., de intereses contienen un conjunto más bien amplio y variado de Items a los cuales se consideran una muestra representativa del universo de los intereses vinculados con los aspectos vocacionales de la personalidad. Una vez confeccionada la prueba se aplica a grupos de individuos que ejercen diferentes ocupaciones y profesiones. De esta manera se obtienen normas acerca de distintos intereses en esos grupos de población, cuando se observa que un determinado grupo ocupacional o profesional exhibe una preferencia superior al percentil 70 ó 75, por un grupo de intereses, estos intereses se consideran típicos de las personas que se dedican a estas profesiones, oficios u ocupaciones. Por otra parte cuando el percentil es inferior a 30 ó 25, se consideran como ajenos a esas mismas personas. Los autores de los inventarios de intereses, tratan de obtener normas para el mayor número posible de las ocupaciones y profesiones. Otras pruebas consisten en un inventario muy amplio de profesiones y ocupaciones. Los individuos señalan cuáles de estas profesiones y ocupaciones les interesan, les son indiferentes o desagradables, luego se establece la coherencia de estas elecciones y se establecen normas para indicar los tipos profesionales que se vinculan con los intereses de los individuos examinados, puestos de manifiesto de esta manera. Tam-----

( 11 ) Bela Szekely "Los Tests" primera parte 1960. Editorial Kapelusz Pág. 141.

bién en este terreno hay pruebas factoriales y no factoriales. Y termina definiéndonos los inventarios en la siguiente forma:

Inventarios : Contienen una muestra muy grande de determinados aspectos del atributo que interesa apreciar. El sujeto señala sobre la base de gradaciones, aquellos a los cuales se siente más vinculado, responde o determinada manera. Etc.

Los llamados inventarios de intereses como es sabido no son otra cosa que un conjunto de preguntas que sobre diferentes campos específicos son creados precisamente para investigar la motivación que existe por parte de un sujeto hacia determinado campo de estudio o trabajo .

Desde luego es importante que cuando se elaboran las preguntas se hagan pensando en el tipo de interés específico que se pretende investigar; el objeto que tiene la investigación de este campo y finalmente determinar la población en la que se va a probar el instrumento, con el objeto de aplicarlo precisamente en el grupo de población en el cual se investiga.

Con lo anteriormente señalado se puede obtener un buen índice -- de confiabilidad y validez con las limitaciones que este tipo de instrumentos -- presenta.

Si la investigación se lleva a cabo mediante la tónica anteriormente señalada, podremos hablar de pruebas consistentes. Sin embargo este tipo de inventarios presenta ciertas limitaciones, ya que estamos tratando hasta cierto --



punto con conceptos de tipo subjetivo que no son posibles de medir como lo haría un test de tipo psicométrico.

Otra limitación que presenta este tipo de pruebas son las características psicológicas de cada sujeto en lo que respecta a la predicción de resultados; sin embargo con todas estas limitaciones, constituyen estas pruebas buenos auxiliares para seleccionar candidatos para que se dediquen a determinada actividad, sobre todo tratándose de pruebas cortas aplicables en forma colectiva y que sirven para eliminar personal que no está realmente interesado en trabajar en el campo específico que se trate.

#### d) EL MOTIVO DE ESTE TRABAJO.

La selección de personal cada día se va haciendo más técnica y para ello es necesario contar con el material psicológico necesario para facilitar esta labor. Sin embargo en muchas ocasiones nos damos cuenta que no contamos con tests debidamente consistentes y confiables para nuestra población.

También frecuentemente tratamos de adaptar determinados tests al propósito de nuestra investigación es decir, utilizamos tests vocaciones por ejemplo en la industria, y con ellos queremos investigar los intereses de los trabajadores porque dentro de las muchas áreas que investigan dichos tests se encuentran más o menos los que consideramos son importantes de medir en nuestros candidatos a determinado empleo en dichas áreas investigadas muchas veces nos proporcionan datos equivocados, puesto que no están creados dichos tests a medir las áreas específicas para nuestro propósito, sino que miden varias áreas encaminadas a determinar hacia donde se dirigen los intereses del sujeto, lógicamente muchos de ellos resulta innecesario investigar cuando tratamos de conocer intereses específicos para determinado puesto, y con la aplicación de dichos tests genéricos ocupamos más tiempo del debido, ya que obligamos a nuestros candidatos a responder una serie de cuestionarios interminables con la consecuente molestia de los examinados.

Ahora bien, si nos detenemos a pensar cuantos instrumentos de medición en el campo de la industria se han creado en México, estandarizados en nuestra población y sobre todo específicos para determinadas áreas de trabajo, nos encontra--

mos que son pocos, siendo la mayoría de estas adaptaciones.

Por lo tanto es necesaria la creación de nuevos instrumentos, tomando en cuenta las condiciones de nuestro país, encaminadas a la investigación de áreas específicas para cada puesto y desde luego adaptadas a nuestra idiosincrasia.

El presente trabajo es producto de una inquietud para crear un nuevo material psicológico que facilite la labor del seleccionador de personal, y desde luego tratar de dar una aportación en el futuro, por lo tanto nació la idea de crear un inventario de intereses ocupacionales específicos para agentes propagandistas de " Productos Eticos ". El cual se basa fundamentalmente en la necesidad de tener por una parte un instrumento que dentro de la relatividad en la medición de estos aspectos, la cual es perfectamente conocida por todo psicólogo que conoce de estos problemas, permita hacer una mejor selección de los sujetos que se dediquen a estas actividades, y por otra parte ahorrar tiempo en la aplicación de pruebas para la selección, ya que utilizando instrumentos apropiados, en poco tiempo se puede lograr un buen diagnóstico.

Así fué como se consideró necesario intentar crear un inventario de intereses que midiera únicamente las áreas que nos interesa investigar para seleccionar a los agentes propagandistas, y que desde luego fuera corto y funcional con el objeto de que nos sirviera de cedazo en las primeras entrevistas de aspirantes a estos puestos, y que estuviera diseñada en tal forma que nos sirviera para aplicarlos en forma colectiva. Y en consecuencia se elaboró el -

inventario de intereses ocupacionales para agentes propagandista de " Productos Eticos ", al cual para facilitar su identificación llamaremos ( Harmon ). Planteado en este estudio el problema que los Items construídos para tal objeto son en contenido los apropiados para la evaluación de los intereses del personal -- que ejecuta esas actividades ( Venta y Propaganda de Productos Eticos ).

## DISEÑO EXPERIMENTAL

#### a) PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS DE TRABAJO.

Si consideramos que para desarrollar la labor de agente propagandista de productos éticos (ver en Apéndice el análisis del puesto). Deben existir en las personas que pretendan dedicarse a ella, ciertos intereses ocupacionales que de encontrarse en el sujeto, nos hablará de buena disposición para éste tipo de trabajo. Dichos intereses que consideramos fundamentales son los siguientes :

- a) Interés persuasivo
- b) Interés social
- c) Interés por labores al aire libre
- d) Interés económico

#### a) INTERES PERSUASIVO

El agente propagandista debe poseer, poder de persuasión, el cual se entiende como habilidad para convencer a las personas mediante discusión, para que procedan en cierta forma ó modifiquen sus opiniones ó comportamientos.(1)

Los agentes propagandistas (vendedores), parecen poseer esa aptitud en mayor grado que los contadores, ingenieros, científicos ó médicos. Aquellos a

(1) Milton M. Mandell. Selección de Vendedores. Ediciones Rialp, S. A. 1962. Pág. 30.

los que se denomina vendedores "natos", parece que disfrutan poniendo en práctica ese don, aún cuando no hayan de ganar nada con ello, en contraste con el caso del ingeniero por ejemplo, quién en ciertas ocasiones intenta influir sobre otras personas pero solo porque necesita que se adopten sus ideas o sus planes. -

(2)

El agente propagandista, ha de ser capaz de ajustar su poder de persuasión para estimular el interés, pero conteniéndolo en otras ocasiones para evitar una actitud ofensiva. Igualmente su estrategia y táctica debe diferir considerablemente, tratando de convencer, bien con hechos, con cifras ó mediante -- una amplia conversación de tono sincero y franco. Las misiones de venta difieren probablemente más en la forma de persuadir que cada ocasión requiera, que en la necesidad de ella. (3)

#### b) INTERES SOCIAL

Ya que el hombre por naturaleza, es un ente social y por lo tanto necesita de la convivencia con sus semejantes. En el caso de los agentes propagandistas, no solamente debe ser una característica, sino hasta cierto punto una necesidad, puesto que de las relaciones que establezca con médicos y farmacéuticos dependerá la buena realización de su cometido.

-----  
 (2) (3) Milton M. Mandell. Selección de Vendedores. Ediciones Rialp, S. A. - 1962. Pág. 30, 31.

Es evidente que el agente propagandista, necesita establecer relaciones y poseer la habilidad de encontrar sin cesar otras nuevas. A este respecto su éxito depende en parte de su aptitud para comportarse como un buen anfitrión y mantener relaciones sociales efectivas.

El sentimiento de apreciación del prójimo parece relacionarse con el placer de relacionarse con el prójimo, en oposición con el individuo que se basta a sí mismo. Son muy pocos los productos que se venden sin esfuerzo y quienes repudian el contacto humano y quienes aún apreciando las relaciones humanas prefieren escuchar y dejarse influir, a influir ellos mismos, no encontrarán ningún placer en la práctica de la persuasión, no obteniendo buenos resultados en su gestión de propaganda y venta.

El soñador y el pensador, el hombre que aprecia la soledad, el -- que disfruta con el manejo de cifras ó con invenciones y el que goza con la -- construcción de coches, muebles ó canoas, nunca llegará a sentirse feliz en el -- trabajo de venta y propaganda. ( 4 )

#### c) INTERES POR LABORES AL AIRE LIBRE

Ya que la actividad se va a realizar en un alto porcentaje en la calle, transportándose de un lugar a otro visitando un médico aquí, una farmacia allá, algún hospital ó centro de salud en otro lado, etc. Es decir el término "Labores al Aire Libre", no designa trabajo en el campo, rancho, hortalizas, etc., -

(4) Milton M. Mandel. Selección de Vendedores. Ediciones Rialp, S. A. 1962. - Pág. 31.



como lo señalan algunos tests ( particularmente el inventario de intereses de Kuder forma CH), sino actividades realizadas en una ciudad como es el D. F., ó cualquier ciudad de la República.

Comúnmente éste tipo de personas necesitan un cambio de ambiente en su trabajo cotidiano, por lo tanto sienten " que se ahogan ", cuando se ven obligados a trabajar en una oficina, taller, despacho, etc., es decir todo - trabajo realizado en espacios cerrados y que no ofrece ningún cambio.

Experimentan cierta inquietud que los hace moverse, que los impulsa a trasladarse de un lugar a otro y en ese traslado radica el interés, ya que - tienen oportunidad de conocer otros lugares y establecer nuevas relaciones con -- sus semejantes.

#### d) INTERES ECONOMICO

Como se sabe, el agente propagandista es un sujeto práctico, que obedece a situaciones que le reportan bienes materiales. Ya que como señalara - Allport describiendo los distintos tipos de valores descritos por Spranger ( 1961 ).

" El hombre económico se interesa fundamentalmente por lo que es útil, éste interés por lo que es útil, basado en su origen, en la satisfacción de - necesidades corporales es ( auto-preservación ), se desarrolla hasta incluir los as - pectos prácticos del mundo de los negocios : la producción, la distribución y el - consumo de bienes, la elaboración del crédito y la acumulación de riquezas tan - gibles. Este tipo es enteramente práctico concuerda con la concepción corriente-

del hombre común de negocios norteamericano. La actitud económica con frecuencia entra en conflicto con otros valores. El hombre económico quiere que la educación sea práctica y considera que el conocimiento no aplicado es pura disipación. De las demandas que los hombres económicos hacen a la enseñanza resultan grandes realizaciones de ingeniería, de la administración científica y la psicología aplicada. El valor de utilidad entra en conflicto con el valor estético, excepto cuando el arte sirve a fines comerciales ". (5)

Las consideraciones anteriores nos llevan formular conceptos en un intento de unificación de criterios hacia la idea que pueda tenerse sobre el particular.

### DEFINICIONES.

PERSUASION.- Es la habilidad mediante la cual un sujeto con conceptos firmes, hace partícipe a otro individuo ó grupo de individuos y logra vencerlos para seguir determinada conducta que en éste caso es la adquisición de los productos que ofrece.

SOCIAL.- Es la capacidad que tiene un individuo para establecer fácilmente contacto con sus semejantes, estableciendo primeramente relaciones personales adecuadas y finalmente relaciones de compra y venta. Y nace del interés que manifiesta por sus semejantes.

-----  
 (5) Gordon Allport. " Psicología de la Personalidad ". (Trad. de M. Murmis, -- Buenos Aires, Paidós, 1961.)

AIRE LIBRE.- Toda preferencia por realizar una actividad principalmente en espacios abiertos ó que requiera el desplazamiento de un lugar hacia otro en una ciudad.

ECONOMICO.- Preferencia que muestra un sujeto por dedicarse a actividades que le reportan bienes económicos a más corto plazo.

Con las consideraciones anteriores y con base en la experiencia obtenida mediante la realización de estudios psicológicos tendientes a seleccionar este tipo de personal, podemos plantear las siguientes hipótesis de trabajo.

### H I P O T E S I S

H.1 Los sujetos examinados tendrán un nivel de aceptación, mayor al 80 % en su interés por las actividades persuasivas sociales, al aire libre y económicas.

H.2 Los puntajes altos en las 4 áreas investigadas (persuasivas, sociales, al aire libre y económicas), correlacionarán significativamente con el tiempo trabajando en el puesto.

H.3 La correlación será positiva y significativa entre el percentil 90 ( de la prueba de inteligencia del Dr. Shore forma II ) y el nivel de ingresos económicos.

H.4 La opinión manifestada por el sujeto de si mismo correlacionará significativamente con las actividades realizadas al aire libre.

H.5 La opinión manifestada por el sujeto sobre sí mismo, correlacionará significativamente con sus intereses persuasivos.

**b) MATERIALES UTILIZADOS**

Los materiales que fueron utilizados en la presente investigación, se escogieron tomando en cuenta que el tiempo con que se iba a contar para su aplicación era muy breve.

En consecuencia la batería quedó formada en la siguiente forma :

- 1.- Hoja de Datos Generales.
- 2.- Test de Inteligencia del Dr. Aaron Shore.
- 3.- Inventario de Intereses Ocupacionales para la selección de --  
agentes propagandistas de " Productos Eticos "( HARMON ).

Cada uno de éstos instrumentos los describiremos a continuación :

La HOJA DE DATOS GENERALES, fué creada con el objeto de poder contar con los datos precisos de cada uno de los examinados, ya que con la brevedad de tiempo con que contamos, era materialmente imposible realizar una entrevista individual, y necesitando conocer las variables que tendríamos que manejar, éste problema solo se podría resolver mediante un cuestionario fácil y rápido de contestar, y que desde luego nos sirviera para conocer aunque fuera en una forma general, el material humano al cual trataríamos.

Dicho cuestionario, contiene los siguientes datos :

**DATOS GENERALES.**

Fecha - de aplicación.

Nombre - de la Cía. en la que se realizó la investigación.

Nombre completo - del agente propagandista de productos éticos.

Puesto - que desempeñaba en la fecha de la aplicación.

Edad - del agente.

Sexo - del agente.

Religión - que profesaba el estudiado.

Lugar de nacimiento.

Estado Civil.

Domicilio.

Sueldo aproximado que percibía a la fecha.

### ESCOLARIDAD.

En este aspecto se debían señalar todos los estudios realizados hasta la fecha, marcando con una cruz, todos los años cursados, tomando en cuenta los siguientes niveles.

Primaria

Secundaria

Comercio

Prevocacional

Preparatoria

Vocacional

Profesional

Otros estudios realizados.

### EMPLEOS ANTERIORES.

Con respecto a los empleos anteriores, únicamente se solicitaba como dato el número de ellos, debiendo marcar con una cruz algún número del 1 al 10 que fueron los considerados.

Otro aspecto importante que nos interesaba saber, es el que se refiere al tiempo que el sujeto llevaba trabajando para la actual empresa, así como la experiencia que ya tenía en el puesto, dado que todos los agentes a los que se les aplicó el cuestionario, eran trabajadores activos de los diferentes laboratorios en donde se llevó a cabo la aplicación.

Por último se preguntó desde un punto de vista personal, como se consideraba cada uno como vendedor.

La presentación de ésta forma de datos generales, se puede ver en el apéndice.

### TESTS DE INTELIGENCIA DEL DR. AARON SHORE

El tests de inteligencia del Dr. Aaron Shore, ( prueba Shore forma II ), fué elegido fundamentalmente por tratarse de un test rápido, en su aplicación, ya que tiene un tiempo límite de 14 minutos, además está probada su confiabilidad y validez para nuestra población, dado que fué estandarizada en una población bastante numerosa de empleados mexicanos, de la Secretaría de -

## Salubridad y Asistencia.

El motivo por el cual se aplicó el test de inteligencia, fué en primer lugar investigar la capacidad intelectual de las personas con las que se iba a trabajar para estar seguros de que comprendieran las instrucciones de la prueba de intereses y en segundo lugar para obtener las normas de calificación de esta población que nos sirva en el futuro para el trabajo de selección de estos sujetos.

La Prueba de Inteligencia del Dr. Shore forma II, consistente en responder a una serie de 33 preguntas, las cuales están acomodadas en orden creciente de dificultad y cuyo sistema para contestar es el de elegir de 5 respuestas -- ya anotadas en el cuerpo de la hoja, aquella que se considera es la adecuada. -- Cada respuesta está precedida por un inciso, que encierra las primeras 5 letras -- del abecedario, de tal manera que el sujeto al determinar cual es la respuesta adecuada, deberá anotar a la derecha de cada pregunta en un cuadro señalado para tal objeto, la letra de la respuesta que considere correcta; como ya dijimos son -- 14 minutos el tiempo señalado para contestarla, al final de los cuales se recoge -- aunque el sujeto no hubiera terminado.

Esta prueba se califica con 1 punto por cada respuesta acertada y la suma de los aciertos produce un total, el cual es convertido a percentiles y rangos.

Dichos percentiles y rangos, han sido comparados por el autor en su estandarización con los resultados obtenidos, con el test de matrices progresivas de J. C. Raven y la escala de inteligencia de Wechsler para adultos.

INVENTARIO DE INTERESES OCUPACIONES ( en investigación ), al-

cual para identificación llamaremos HARMON.

El inventario de intereses ocupacionales Harmon (ver cuestionario en el apéndice), está formado por una serie de preguntas sobre diferentes actividades o cosas por hacer, las cuales se presentan formando 80 pares. Ante éstas el sujeto debe escoger de cada una, la actividad que le interese más.

Cada actividad está precedida de un inciso (a) ó (b), y la forma de contestar cada pregunta es encerrar en un círculo, aquella letra que corresponda a una de las dos actividades, que desde luego, será la que más haya interesado al sujeto.

No tiene tiempo límite para su aplicación, pero el sujeto para contestarlo no ocupa más de 15 minutos.





2 RELIGION ( Ver Apéndice Gráfica núm. 2 )

90 Sujetos profesaron la religión católica.

10 Sujetos profesaron otras religiones.

3 ESTADO CIVIL ( Ver Apéndice Gráfica núm. 3 )

59 Sujetos casados.

41 Sujetos solteros.

4 SUELDO ( Ver Apéndice Gráfica núm. 4 )

S U E L D O	No. de sujetos
Menos de \$ 1,000.00	1
De \$ 1,000.00 a \$ 2,000.00	50
De \$ 2,000.00 a \$ 3,000.00	26
De \$ 3,000.00 a \$ 4,000.00	13
De \$ 4,000.00 a \$ 5,000.00	9
Más de \$ 5,000.00	1

5 ESCOLARIDAD ( Ver Apéndice Gráfica núm. 5 )

Años Estudiados	No. de sujetos	Años estudiados	No. de sujetos
7	1	14	15
9	3	15	12
10	2	16	5
11	14	17	2
12	20	18	2
13	23	19	1

6 EMPLEOS ANTERIORES ( Ver Apéndice Gráfica núm. 6 )

No. de sujetos	No. de empleos anteriores	No. de sujetos	No. de empleos anteriores
21	1	6	5
35	2	2	6
18	3	2	7
15	4	1	8

7 EXPERIENCIA EN EL PUESTO ( Ver Apéndice Gráfica núm. 7 )

No. de sujetos	No. de meses de experiencia en el puesto.	No. de sujetos	No. de meses de experiencia en el puesto.
19	1	3	27
2	2	2	30
1	4	1	31
1	5	1	32
3	6	7	36
4	8	1	37
4	9	1	40
2	10	1	44
4	12	1	46
3	13	1	47
2	15	1	48
1	16	1	54
2	17	1	60
2	18	1	67
2	20	1	69
3	22	1	72
1	23	1	81
5	24	1	86
1	25	1	96
1	26	7	100

8 TIEMPO EN LA COMPAÑIA (Ver Apéndice Gráfica Núm. 8)

No. de sujetos	No. de meses de antigüedad	No. de sujetos	No. de meses de antigüedad
28	1	2	25
2	2	1	26
3	3	1	27
2	4	2	28
1	5	2	29
3	6	1	31
2	7	1	32
3	8	1	36
1	9	4	37
1	10	1	41
1	12	2	44
3	15	1	47
1	17	1	54
2	18	1	56
1	19	2	57
1	20	1	61
2	22	1	67
3	23	1	69
1	24	2	81
		1	96
		8	100

## PROCEDIMIENTO

a) ELABORACION DE LA BATERIA.

Como ya fué indicado en el capítulo anterior, la batería de pruebas, estuvo compuesta por 3 instrumentos: una encuesta sobre ciertos aspectos que nos interesaba investigar, una prueba de inteligencia que nos permitiría darnos cuenta del coeficiente intelectual de la población investigada y un inventario de intereses creado con la idea de utilizarlo para la selección de agentes propagandistas de productos éticos. Como ya fueron someramente descritos, nos circunscribiremos a señalar aquí el procedimiento que se siguió para la elaboración del inventario de intereses, ya que éste inventario se elaboró con la idea de investigar si los sujetos que desempeñan la labor, se encuentran interesados y en que grado por los 4 tipos de interés ya señalados como son el persuasivo, social, el económico y el trabajo al aire libre.

Dicho lo anterior describiremos a continuación cada paso que seguimos para la elaboración del inventario de intereses ocupacionales para la selección de Agentes Propagandistas de Productos Éticos ( HARMON ).

Primeramente se procedió a la formulación de los Items, seleccionando las preguntas que se consideraron podían investigar las cuatro áreas específicas consideradas ( interés social, persuasivo, económico y labores al aire libre ), de otras pruebas que ya han demostrado su eficacia, tales como el record de preferencias de Kuder forma CH, del cuestionario de intereses ocupacionales de Thurstone,

de los cuestionarios de intereses y aptitudes de Herrera y Montes, así como también de la prueba de valores de Gordon Allport. Además se elaboraron nuevas preguntas encaminadas a investigar los intereses ya señalados, sobre todo del área correspondiente al interés por labores al aire libre, ya que todas las preguntas utilizadas a éste respecto en otras pruebas, se refieren fundamentalmente a las labores que se realizan en el campo, como son ranchos, haciendas, etc.

Se escogieron las preguntas estímulo de otros tests ya conocidos en nuestro medio, ya que se dió por sentado que miden lo que afirman y para el propósito de nuestra prueba se trataba de reducir el tiempo de aplicación. Por otro lado el tener como material de trabajo precisamente las pruebas referidas nos han enseñado y permitido constatar que se trata de buenos instrumentos aunque no estén debidamente estandarizados en México, ya que fueron creados en otros países; sin embargo uno de los propósitos de este trabajo, es el de investigar si existe un buen porcentaje de aceptación a las preguntas estímulo y a cuanto asciende dicho porcentaje.

Contando ya con la recopilación de todas las preguntas que se iban a utilizar, se acomodaron y se revolvieron con otras preguntas dirigidas a investigar otras áreas ocupacionales tales como labores de oficina, mecánicas, contables y científicas, de tal manera que se repitiera una de cada área, después de 4 grupos, colocando la pregunta estímulo, en ocasiones en el inciso ( a ) y en



otras en el inciso ( b ), con el fin de evitar la perseveración del sujeto a la hora de responder, por la colocación de la pregunta, acto seguido, se distribuyeron las actividades en grupos de 2, colocando en cada grupo una pregunta estímulo - de cada área de las que nos interesaba investigar, con una pregunta de poca significación para nuestro estudiado, o sea las mencionadas de las áreas mecánicas, - de oficina, contables y científicas.

Habiendo quedado formado el inventario por 20 preguntas por cada una de las áreas ( social, persuasiva, aire libre y económica ) ó sea un total de - 80 pares.

Posteriormente se elaboraron las instrucciones para su aplicación, ad virtiendo al final de éstas que algunas actividades, requieren entrenamiento y pre paración en cuyo caso el sujeto debería suponer que tenía el entrenamiento necesario.

En la misma primera hoja de las instrucciones, se anotaron ciertos - datos generales tales como :

Nombre

Fecha

Edad

Sexo

Escolaridad

Nombre de la compañía

Puesto que ocupa, para identificación de los sujetos a --  
los que les fuese aplicado.

Posteriormente se picó un sténcil y se hizo la impresión en mimeóg  
rafo. Habiendo hecho lo mismo con la hoja de datos generales y la prueba de -  
inteligencia del Dr. Shore, al cual se le solicitó su autorización para la repro--  
ducción de su prueba y la utilización de la misma en la presente investigación.

## b) APLICACION DE LOS TESTS

Fueron elegidos para la presente investigación, 100 personas que trabajan desempeñando el puesto de agentes propagandistas de productos éticos..

Dichas personas desempeñan sus labores en 4 laboratorios del D. F. y zonas adyacentes seleccionados al azar, los cuales se tomaron como representantes de todos los laboratorios de productos medicinales (éticos), establecidos en el D. F. Dichos Laboratorios son los siguientes:

Andre Bigaux, S. A.

Italmex, S. A.

Organon Mexicana, S. A

Warren Teed Pharmaceuticals, Inc.

Todos los sujetos investigados fueron de nacionalidad mexicana y representaron un grupo homogéneo, tanto en escolaridad como medio socio-económico y cultural, por lo cual, los consideramos integrantes de un grupo representativo de nuestra población.

Habiendo recibido la aprobación y autorización de las autoridades de cada uno de los laboratorios mencionados reunimos a los sujetos que en cada uno de ellos nos ayudarían para realizar nuestra investigación y los reunimos en los locales que se nos proporcionaron como salas de juntas o salones de clase, procurando que en lo posible se contara con los elementos necesarios para nuestro propósito, como son que estuvieran sentados comodamente en un mesabanco o bien en una silla y ante la mesa de -

juntas, que el salón estuviese aislado de ruido que los distrajera, que tanto la luz como la ventilación fuesen adecuadas y que contaran con un lápiz o pluma para contestar a las diferentes preguntas que se les haría. Afortunadamente todos los requisitos aquí señalados, se lograron.

Reunidos ya todos los sujetos de cada laboratorio, por supuesto, grupo por grupo, en primer lugar se les explicó mediante una plática introductoria, el objetivo de nuestra presencia y se procuró bajar la tensión natural que manifiesta todo sujeto al ser sometido a una prueba.

A continuación se solicitó su cooperación, advirtiéndoles que se trataba de una investigación y que no iban a conocer los resultados, los cuales desde luego, de ninguna manera les afectaría en su trabajo.

Dicho lo anterior se procedió a repartir la prueba de inteligencia del Dr. - Aarón Shore Forma II, dando las instrucciones precisas, señaladas en la primera página del test (ver apéndice) y se contaron 14 minutos, al final de los cuales se recogió en forma general, ya que muy pocos terminaron antes del tiempo límite.

Posteriormente se repartieron las hojas del inventario de intereses (HARMON), el cual nos colocaba en el punto central y principal de nuestra investigación.

Se les indicó que en las hojas que acababan de recibir encontrarían 80 pares de preguntas consistentes en 2 actividades diferentes, una de las cuales tendrían que encerrar en un círculo, según su preferencia, se les recomendó que no dejaran de contestar ninguna, aunque la preferencia que tuvieran hacia alguna con respecto de la otra

no fuese muy significativa o bien cuando ninguna les agradara, de todas maneras - escogieran alguna de ellas.

También se les aclaró que algunas de las actividades, requerían de entrenamiento y preparación, por lo tanto se pensara que contaban con el entrenamiento - necesario.

Habiendo explicado perfectamente las instrucciones que aparecen en la - primera página del inventario de intereses (Harmon, ver apéndice), se proporcionó - tiempo libre para su resolución, con el objeto de checar cuanto tiempo tardaban en - contestarlo. El promedio de tiempo utilizado fué de 15 minutos, ya que se tuvo como tiempo mínimo 10 minutos y como máximo 20 minutos.

Conforme iban terminando de resolver el inventario de intereses (Harmon), se les repartía la hoja de datos generales, enfatizando la necesidad de contar con la - información más completa acerca de cada uno de ellos, sustituyendo con esta hoja de - datos, la entrevista personal, la cual por razones de tiempo, era imposible realizar - como era nuestro propósito.

El tiempo promedio en que contestaron la hoja de datos generales fué de - 15 minutos.

Terminada la aplicación de los instrumentos señalados se agradeció la coope - ración demostrada y se recogió la hoja. En seguida todos los agentes se retiraron.

MANEJO ESTADISTICO

## a) ANALISIS DE CORRELACION

Ya que se contaba con la facilidad de manejar los datos por medio - de máquinas electrónicas en el centro de cálculo de la U.N.A.M., procedimos - a preparar nuestros datos en forma conveniente para facilitar la tarea del analista en la siguiente forma:

En primer lugar tomamos la hoja de datos generales y consignamos las variables anotadas en ella tales como:

Edad, religión, estado civil, sueldo escolaridad, empleos anteriores, - experiencia en el puesto, tiempo trabajando en la Cía., opinión de sí mismo con respecto a su competencia como vendedor, para describir la muestra que se tomó en cuenta.

A todas estas variables se les asignó un número y una calificación con el objeto de que se pudieran manejar en forma estadística.

En consecuencia a la variable edad, se le asignó el núm. 1 y se cali\_ ficó señalando el número de años.

A la variable religión se le asignó el núm. 2 y se calificó con dos - puntos si profesaba la religión católica y con un punto si profesaba cualquier otra religión.

A la variable estado civil se le asignó el núm. 3 y se calificó - con un punto a los solteros : con dos puntos a los casados y tres puntos a los divorciados, unión libre, etc.

La variable sueldo fué asignada como la número 4 y se calificó en la siguiente forma :

- 1 Punto si el sujeto tenía ingresos hasta por \$ 1,000.00
- 2 Puntos si el sueldo estaba entre \$ 1,000.00 y 2,000.00 pesos.
- 3 Puntos si tenía ingreso entre \$ 2,000.00 y 3,000.00 pesos.
- 4 Puntos si el ingreso era entre \$ 3,000.00 y 4,000.00 pesos.
- 5 Puntos si el sueldo percibido era entre \$ 4,000.00 y 5,000.00.
- 6 Puntos si el sueldo era mayor a \$ 5,000.00

La variable núm. 5 fué la esolaridad, la cual se calificó anotando - únicamente el total de años estudiados incluyendo : primaria, secundaria, preparatoria y profesional.

La variable núm. 6 es la referente a empleos anteriores y se calificó anotando el número de empleos desempeñados con anterioridad.

A la variable experiencia en el puesto se le asignó el núm. 7 - y se calificó tomando en cuenta el total de meses trabajando, desempeñando - el puesto de Agente Propagandista de Productos Eticos.

El tiempo trabajado en la Cía., fué la variable núm. 8 y se calificó



anotando el total de meses de permanencia del sujeto en la empresa en la que - se realizó el estudio.

La variable núm. 9, fué la opinión que cada agente tenía de sí mismo con respecto a su competencia como vendedor y fué calificada con una escala del 1 al 5 que representaban los siguientes conceptos: (ver apéndice gráfica No. 9)

- 1 - Malo
- 2 - Regular
- 3 - Muy Bueno
- 4 - Excelente

Acto seguido se procedió a calificar la prueba de inteligencia Shore-forma II, utilizando la tabla de calificaciones de la misma prueba que señala 1 punto para las respuestas acertadas y 0 puntos para las respuestas erróneas. Luego se sumaron todos los puntos que señalaban los aciertos y el puntaje total se consignó como la variable núm. 10.

El inventario de intereses ocupacionales Harmon, se manejó en la siguiente forma:

Se elaboró una plantilla conteniendo los 80 incisos de que está compuesta y se marcaron con un círculo rojo aquellos incisos que contenían las preguntas estímulo de las 4 áreas investigadas (económico, persuasivo, social y aire libre).

A continuación se colocó la plantilla junto a los incisos de cada hoja y se calificó con 1 punto cuando la pregunta estímulo había sido la elegida y con 0 puntos si la pregunta no había sido la elegida. Tomando en cuenta las 20 pre -

guntas estímulo de cada área y el total de preguntas estímulo escogidas de las 4 áreas.

A continuación al total de respuestas por área, se les asignó un número habiendo quedado en la siguiente forma:

Variable núm. 11 puntaje total obtenido en el interés social.

Variable núm. 12 puntaje total obtenido en el interés por el trabajo al aire libre.

Variable núm. 13 puntaje total obtenido en las respuestas pertenecientes al interés económico.

Variable núm. 14 el puntaje total obtenido en el área perteneciente a su interés por actividades persuasivas.

Con todas las calificaciones obtenidas, tanto de la hoja de datos generales, la prueba de inteligencia Shore y el inventario de intereses Harmon, se elaboró un código (ver código) en el que se consignaron los datos en 4 columnas.

En la primera se anotó el núm. de la variable, en la segunda el número de las columnas en las que se registrarían las variables en la hoja de codificación, en la tercera columna se describieron brevemente cada variable y en la última columna se anotó los conceptos utilizados para las calificaciones.

Ya con el código se procedió a vaciar los datos de las pruebas utilizadas en unas hojas de codificación en las que se ocuparon 28 columnas.

Las hojas de codificación se entregaron a una perforista del centro de cálculo de la U.N.A.M., y ésta perforó 100 tarjetas I.B.M.

Las tarjetas perforadas se le entregaron a un analista con la consigna de que realizara un programa de correlación múltiple de las 14 variables contra las 14 variables.

## C O D I G O

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
	1, 2, 3	No. del sujeto	
1	4, 5	Edad del sujeto	No. de años
2	6	Religión	1 - Otras
			2 - Católica
3	7	Estado Civil	1 - Soltero
			2 - Casado
			3 - Otros
4	8	Sueldo	1 - Hasta \$ 1,000.00
			2 - De \$1000.00 a 2000.00
			3 - De \$2000.00 a 3000.00
			4 - De \$3000.00 a 4000.00
			5 - De \$4000.00 a 5000.00
			6 - De más de \$5,000.00
5	9, 10	Escolaridad	Número de años estudiados
6	11	Empleos anteriores	Número de empleos
7	12, 13, 14	Experiencia en el puesto.	Número de meses trabajando

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
8	15, 16, 17	Tiempo trabajando en la Cía.	Número de meses.
9	18	Opinión de sí mismo, con respecto a su - competencia como - vendedor.	1 - Malo 2 - Regular 3 - Bueno 4 - Muy bueno 5 - Excelente
10	19, 20	Puntaje total del - Shore de cada su <u>je</u> to.	Número total de respuestas acertadas.
11	21, 22	Puntaje total interés social.	Número total de respuestas en el área social.
12	23, 24	Puntaje total interés Aire Libre.	Número total de respuestas en esta área.
13	25, 26	Puntaje total interés Económico.	Número total de respuestas en área económica.
14	27, 28	Puntaje total interés persuasivo.	Número total de respuestas área persuasiva.

\*\*\* El programa de correlación fué realizado mediante el siguiente planteamiento matemático.

Si  $\sum X [I]$  representa la suma de N muestras de la I-ésima variable, entonces la media es

$$\bar{X} [I] = \sum X [I] / N$$

La desviación estandar es

$$S [I] = \sqrt{\sum (X [I] - \bar{X} [I])^2 / (N-1)}$$

$$= \sqrt{[\sum X [I]^2 - (\sum X [I] \times \sum X [I] / N) / (N-1)]}$$

Expresión usada para computación.

Entonces el error estandar de la media de la I-ésima variable es

$$SE [I] = S [I] / \sqrt{N}$$

La desviación de los productos - cruzados para las variables

$X [I]$  y  $X [J]$  es simplemente.

$$\sum (X [I] - \bar{X} [I]) \sum (X [J] - \bar{X} [J])$$

Por lo tanto, los elementos de la matriz de varianza covarianza -- se obtiene dividiendo los elementos de la matriz de desviación de productos - cruzados entre N - 1

Finalmente, los elementos de la matriz de coeficiente de correlación  $R [I, J]$  se obtiene dividiendo los elementos de la matriz de desviación de productos cruzados entre la raíz cuadrada del producto de los elementos de la diagonal en I - ésima y J - ésimo niveles, o sea.

$$R [I, J] = \sum (X [I] - \bar{X} [I]) \sum (X [J] - \bar{X} [J]) /$$

$$\sqrt{\sum (X [I] - \bar{X} [I])^2 \sum (X [J] - \bar{X} [J])^2}$$

\* \* \* REFERENCIAS

- 1.- Bennett, C. A., Franklin, N. L., "Statrotical Analysis in Chemistry and -  
Chemical Industry", John Wiley & Sons, New York, 1954.
- 2.- Dixon, W. J., Massey, F. T. "Introduction to Statical Analysis", Mc Gram  
Hill Book Company New York, 1957.
- 3.- Mood, A. M. "Introduction to the teory of Statistics", Mc Gram Hill Book -  
Company, New York, 1950.

EL ANALISIS DE CORRELACION OBTENIDO FUE EL SIGUIENTE:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2	0.0971												
3	0.2692	- 0.0810											
4	0.4814	- 0.0703	0.2611										
5	0.0825	- 0.0680	0.1365	0.1605									
6	0.0490	- 0.0065	0.0032	0.0106	- 0.5003								
7	0.1502	- 0.0914	0.1353	- 0.1962	0.0942	- 0.0512							
8	0.3991	0.0915	0.1541	0.1977	- 0.1440	- 0.0042	0.1618						
9	0.4124	0.1885	0.0161	0.4725	0.0367	- 0.1873	- 0.0199	0.3201					
10	0.0483	- 0.1930	0.0051	0.3110	0.0656	- 0.1311	- 0.0887	- 0.2715	0.0123				
11	0.1909	0.0703	- 0.0342	0.1520	0.0431	- 0.0838	- 0.0671	0.2374	0.1933	- 0.0545			
12	0.3685	0.0061	0.3136	0.5631	- 0.0336	0.0168	- 0.1870	0.0809	0.3681	0.2045	0.0209		
13	0.0184	- 0.0621	0.1406	0.2524	0.0973	- 0.2470	0.0984	0.0834	0.1654	0.4666	- 0.0223	0.1325	
14	0.1065	0.1785	- 0.0048	0.0223	- 0.0773	0.0911	- 0.0786	0.0527	0.2027	0.0006	0.1390	0.0332	0.0132



**b) PORCENTAJES DE ACEPTACION DE LAS AREAS INVESTIGADAS.**

Teniendo ya calificadas las preguntas estímulo de las cuatro áreas investigadas ( ECONOMICA, SOCIAL, PERSUASIVA Y AIRE LIBRE ). Se tabuló el número de sujetos que habían contestado a cada pregunta anotando al lado de las preguntas e incisos el porcentaje de sujetos que eligieron esa pregunta.

A continuación se sumaron los porcentajes y el total se dividió entre el número de preguntas estímulo ( 20 ), para obtener el porcentaje total de cada área, como se indica en la tabla de aceptación de estas áreas ( ECONOMICA, SOCIAL, PERSUASIVA y AIRE LIBRE ).

Por otro lado se elaboró una segunda plantilla en la cual se consignaron los 80 incisos pertenecientes a las preguntas no estímulo de las siguientes áreas de trabajo : CIENTIFICO, CONTABLE, DE OFICINA Y MECANICO. A continuación se colocó la plantilla junto a los incisos de cada hoja y se calificaron con un punto las preguntas pertenecientes a cada una de las áreas señaladas y con 0 las preguntas de las otras áreas consideradas y se procedió a calcular el porcentaje de aceptación de éstas áreas siguiendo el procedimiento ya descrito con el objeto de comparar el nivel de aceptación de las preguntas estímulo y las preguntas no estímulo ( Ver Tablas de Porcentajes de Aceptación e Histogramas ).

AREA PERSUASIVA			AREA SOCIAL			AREA AIRE LIBRE			AREA ECONOMICA		
No.	Pregunta	%	No.	Pregunta	%	No.	Pregunta	%	No.	Pregunta	%
4	(a) ___	66	1	(b) ___	27	2	(b) ___	31	3	(b) ___	78
8	(b) ___	99	5	(b) ___	12	6	(a) ___	96	7	(b) ___	100
12	(b) ___	9	9	(a) ___	15	10	(a) ___	17	11	(b) ___	94
16	(a) ___	85	13	(b) ___	60	14	(a) ___	83	15	(a) ___	99
20	(a) ___	91	17	(b) ___	35	18	(a) ___	21	19	(b) ___	73
24	(b) ___	99	21	(b) ___	75	22	(a) ___	34	23	(b) ___	88
28	(a) ___	80	25	(a) ___	82	26	(a) ___	78	27	(a) ___	98
32	(b) ___	99	29	(b) ___	23	30	(a) ___	22	31	(a) ___	74
36	(a) ___	93	33	(b) ___	75	34	(b) ___	95	35	(a) ___	99
40	(a) ___	29	37	(a) ___	77	38	(a) ___	87	39	(b) ___	17
44	(b) ___	95	41	(b) ___	73	42	(b) ___	72	43	(a) ___	95
48	(b) ___	80	45	(b) ___	53	46	(a) ___	70	47	(b) ___	82
52	(a) ___	93	49	(a) ___	94	50	(a) ___	93	51	(b) ___	57
56	(b) ___	62	53	(b) ___	64	54	(b) ___	51	55	(b) ___	77
60	(a) ___	85	57	(a) ___	35	58	(a) ___	96	59	(b) ___	88
64	(a) ___	56	61	(a) ___	66	62	(a) ___	98	63	(b) ___	31
68	(a) ___	91	65	(a) ___	97	66	(a) ___	70	67	(b) ___	58
72	(b) ___	98	69	(a) ___	75	70	(b) ___	22	71	(a) ___	96
76	(a) ___	96	73	(a) ___	59	74	(b) ___	90	75	(a) ___	67
80	(a) ___	97	77	(a) ___	86	78	(a) ___	81	79	(a) ___	81

80 %  $\frac{1603}{2004}$ 59 %  $\frac{1183}{2004}$ 65.3 %  $\frac{1307}{2004}$ 77.6 %  $\frac{1552}{2004}$ 

TABLA DE PORCENTAJES DE ACEPTACION A LAS AREAS PERSUASIVA, SOCIAL - AIRE LIBRE Y ECONOMICA (Ver apéndice gráfica No. 10)

TRABAJO CIENTIFICO		TRABAJO CONTABLE		TRABAJO OFICINA		TRABAJO MECANICO	
No. Pregunta	%	No. Pregunta	%	No. Pregunta	%	No. Pregunta	%
1 (a)	24	2 (a)	69	3 (a)	19	35 (b)	2
4 (b)	34	5 (a)	86	6 (b)	4	38 (b)	11
9 (b)	84	7 (a)	0	8 (a)	1	41 (a)	27
10 (b)	80	11 (a)	5	14 (b)	16	42 (a)	28
12 (a)	88	13 (a)	39	15 (b)	1	46 (b)	27
17 (a)	69	16 (b)	16	20 (b)	8	48 (a)	21
18 (b)	78	23 (a)	9	22 (b)	67	49 (b)	4
19 (a)	27	30 (b)	76	24 (a)	0	50 (b)	7
21 (a)	26	32 (a)	1	25 (b)	20	51 (a)	42
28 (b)	18	34 (a)	3	26 (b)	25	54 (a)	51
33 (a)	23	36 (b)	8	27 (b)	2	56 (a)	37
37 (b)	19	43 (b)	3	29 (a)	70	62 (b)	2
39 (a)	82	44 (a)	2	31 (b)	25	65 (b)	2
40 (b)	70	63 (b)	25	55 (a)	24	68 (b)	8
45 (a)	47	64 (b)	43	58 (b)	7	70 (a)	81
47 (a)	18	66 (b)	32	59 (a)	12	74 (a)	10
52 (b)	8	69 (b)	73	60 (b)	11	75 (b)	31
53 (a)	37	73 (b)	42	67 (a)	38	77 (b)	15
57 (b)	62	76 (b)	4	71 (b)	2	78 (b)	20
61 (b)	32	79 (b)	17	72 (a)	2	80 (b)	3
926		553		354		429	
46.3 %		27.6 %		17.7 %		21.4 %	

TABLA DE PORCENTAJES DE ACEPTACION A LAS AREAS DE TRABAJO CIENTIFICO, CONTABLE, DE OFICINA Y MECANICO (Ver apéndice gráfica No. 11).

c) ELABORACION DE PERCENTILES PARA LA PRUEBA DE SHORE.

Como ya se indicó en el manejo estadístico después de calificar con un punto cada respuesta acertada de la prueba de inteligencia Shore Forma II, se sumaron los puntos obtenidos en cada prueba y se anotó el total.

Los totales de las 100 pruebas aplicadas se anotaron en unas hojas de codificación y con estos datos se perforaron 100 tarjetas de IBM, las cuales se le entregaron al analista para que las manejara en computadoras con la consigna de que desarrollara un programa para obtener los percentiles de la muestra.

Mediante la fórmula:

$$P_n = l_i + \frac{N n}{100} \times i$$

n = Número de percentil

N = Número de medidas

i = Tamaño del intervalo

l<sub>i</sub> = Frecuencia inferior del intervalo

## PERCENTILES DE LA PRUEBA DE INTELIGENCIA SHORE FORMAI I

PUNTAJE CRUDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PERCENTIL
10	1	.01	.01
11	1	.01	.02
12	3	.03	.05
13	1	.01	.06
14	4	.04	.10
15	5	.05	.15
16	6	.06	.21
17	2	.02	.23
18	14	.14	.37
19	9	.09	.46
20	13	.13	.59
21	13	.13	.72
22	5	.05	.77
23	6	.06	.83
24	7	.07	.90
25	5	.05	.95
26	1	.01	.96
28	2	.02	.98
30	2	.02	.100

## RESULTADOS

#### a) DESCRIPCION DE LOS RESULTADOS, ANALISIS E INTERPRETACION.

Las hipótesis planteadas en la presente investigación se rechazan, ya que como se podrá observar en la tabla de porcentajes y análisis de correlación, los puntajes obtenidos no son significativos.

En primer lugar el nivel de aceptación de los agentes propagandistas en sus intereses por las actividades persuasivas, sociales, al aire libre y económicas, no fué mayor al 80% como se planteo en la hipótesis núm. 1, sino únicamente llegó al 71.5 y aunque el porcentaje no es malo, si debió ser más alto para los propósitos del inventario. (ver apéndice gráfica No. 12).

La hipótesis núm. 2, en la que se planteaba que los puntajes altos en las cuatro áreas (persuasivas, sociales, al aire libre y económicas), correlacionarían significativamente con el tiempo trabajando en el puesto, no fué así, ya que la correlación obtenida, según se puede ver en el análisis de correlación, columnas 8 y 11, 12, 13 y 14, fué muy baja.

En tercer lugar la correlación positiva y significativa que esperábamos entre percentil 90 de la prueba de inteligencia aplicada y el nivel de ingresos económicos, no se registró como se había planteado, ya que la correlación fué de 0.31, lo cual no es significativo. Además debemos aclarar que la variable inte-

ligencia (10), se tomó en cuenta únicamente para conocer el nivel intelectual - de la población que estamos investigando y además con el objeto de ir formando una batería de pruebas útil para un rápido estudio de selección, el cual se facilitará más aún si se utiliza una prueba de inteligencia de la cual contamos ya - con los percentiles obtenidos de una muestra específica de agentes propagandistas de productos éticos.

En la hipótesis núm. 4 en la que se planteaba que la opinión manifes- tada por el sujeto de sí mismo, correlacionaría significativamente con las activi- dades al aire libre, no fué así, ya que la correlación obtenida fué de 0.36.

Y por último en la hipótesis núm. 5, en la que se planteaba que la - opinión manifestada por el sujeto sobre sí mismo, correlacionaría significativamente con sus intereses persuasivos al obtener una correlación de 0.20 automáticamente- nos impide la posibilidad de demostrarlo, como ya dijimos al tratar de demostrar- las hipótesis de trabajo.

Al realizar el análisis de correlación del inventario de intereses Harmon, encontramos que no existe correlación significativa en relación con los criterios ver bales registrados en la hoja de datos personales, con las 4 áreas investigadas en - la prueba y solamente existen algunas correlaciones con tendencia a ser significa- tivas, pero que para los fines prácticos a los que se pretendió llevar la prueba, - no representan ningún dato digno de tomarse en cuenta por ejemplo.

Existe una correlación de 0.5631, con respecto a las columnas 4 que es



suelo y la 12 que es interés por las actividades al aire libre, esto puede indicar que un sujeto estará más motivado por salir a la calle a buscar dinero entre mayor sea su necesidad económica. ( Ver Apéndice Gráfica No. 13 )

Existe una correlación de 0.4814, entre la columna 1 que se refiere a la edad del sujeto, y la columna 4 que se refiere al sueldo, lo cual puede ser interpretado en el sentido de que entre mayor edad tiene el sujeto, mayores pueden ser sus necesidades económicas. (Ver Apéndice Gráfica No. 14)

Existe una correlación de 0.4725, entre la columna 4 que se refiere a sueldo y la 9 que se refiere a la opinión que cada uno tuvo de sí mismo. Esto nos indica que entre más gana un vendedor, tiene una opinión favorable en cuanto a su capacidad para vender. (Ver apéndice gráfica No. 15)

Existe una correlación de 0.4666 entre la columna 10 que se refiere a la inteligencia (Shore) y la 13 que se refiere a interés económico, lo cual nos indica que entre más inteligente es el vendedor, tendrá mayor interés económico. (Ver apéndice gráfica No. 16)

Como se puede apreciar en los anteriores ejemplos, las situaciones que se presentan son tan obvias que no representan ningún dato digno de tomarse en cuenta.

## CONCLUSIONES

Como se ha podido observar a través del desarrollo del presente trabajo, la muestra de agentes propagandistas de productos éticos estudiada, estuvo compuesta por 100 individuos entre 24 y 29 años de edad, normales en capacidad intelectual, que en un 90% profesaban la religión católica, en un 59% casados y el 41% restante solteros, con un promedio de sueldo de \$ 1,000.00 a \$ 2,000.00 mensuales y una escolaridad de 12 a 13 años, entre los cuales quedaron comprendidos fundamentalmente la preparatoria y 1 o 2 años de carrera profesional o similar, con una experiencia en el puesto de 18 a 35 meses y una estancia en la Cía., de 2 años promedio. Dichos sujetos se calificaron en un 49% como buenos vendedores y un 41% como regulares para las ventas, y presentaron un porcentaje de aceptación a las preguntas pertenecientes a las áreas persuasivas, social, aire libre y económicas de un 71.5% en relación con las demás preguntas utilizadas en el inventario y que desde luego no eran estímulo.

Sin embargo como se puede observar en el análisis de correlación no existe ninguna correlación significativa entre las variables consideradas en la Hoja de Datos Generales, y el desempeño de los Agentes Propagandistas de Productos Éticos, ya que los criterios verbales registrados en esa hoja, no fueron suficientes. Demostrándonos ésto la necesidad de contar con otros elementos más consis-

tentes, tales como la utilización de un grupo control de No Agentes Propagandistas, que respondieran al inventario de Intereses Harmon, o bien un chequeo del rendimiento en el trabajo de los sujetos experimentados.

Recordando nuestra hipótesis de trabajo (H.I) en la cual consideramos - que existiría una marcada aceptación por parte de los Agentes Propagandistas para responder ante las preguntas estímulo encaminadas a investigar el interés por - las actividades SOCIALES, PERSUASIVAS, AL AIRE LIBRE Y ECONOMICAS, ya - que como se trató en la presente tesis, consideramos que las personas que deseen dedicarse a éstas actividades deberán interesarse en estas cuatro áreas. Vemos - que aunque el porcentaje de aceptación no fué el que esperábamos (mayor al 80%), tampoco es bajo el obtenido, ya que fué de 71.5% lo que nos indica que el grupo de Agentes Propagandistas estudiados, demostraron mayor interés en las áreas de trabajo incluídas en nuestro inventario de intereses, puesto que sus respuestas ante -- las preguntas No estímulo utilizadas y que se refieren a las áreas de trabajo CIENTIFICO, CONTABLE, DE OFICINA y MECANICO, representaron un 28.5% únicamente.

En consecuencia existe en el futuro la posibilidad de afinar las preguntas estímulo y continuar investigando con la experiencia adquirida, este aspecto - tan complejo del ser humano en cuanto a los intereses ocupacionales que lo mueven para dedicarse a desempeñar la labor de Agente Propagandista y Vendedor de Productos Eticos, utilizando las variables adecuadas que nos permiten demostrar po-

sitivamente nuestras hipótesis de trabajo.

Otro aspecto importante de aclarar es que se aplicaron los test a todos los agentes propagandistas de 4 laboratorios, sin checar antes ni después si se trataba de empleados eficientes y consistentes en la labor, ya que la experiencia nos ha indicado que existe un gran porcentaje de individuos que fracasan en otros medios de trabajo o profesiones y que se dedican o pretenden dedicarse a las ventas. Por lo que debido a esta circunstancia no nos está permitido afirmar rotundamente que nuestros instrumentos no hallan rendido los frutos esperados, ya que posiblemente nuestra muestra no era la adecuada.

También es importante señalar para futuras investigaciones que este tipo en primer lugar, que las preguntas estímulo que se deseen utilizar deberán ser pensadas concienzudamente y con pequeñas encuestas, investigar si realmente van a medir lo que se pretende que midan con el objeto de abreviar tiempo y no utilizar material inadecuado.

En segundo lugar la necesidad de contar con un grupo control y otro experimental que permita correlacionar significativamente los resultados que se obtengan.

Se incluye la presentación de este trabajo, los resultados del test de inteligencia del Dr. Aarón Shore, trabajados en forma percentilar, como una aportación para que puedan ser utilizados específicamente para la selección de Agentes Propagandistas de Productos Eticos.

A P E N D I C E

## ANALISIS DE PUESTO.

1.- Nombre del Puesto.

PROPAGANDISTA MEDICO Y VENDEDOR.

2.- Descripción de Operaciones.

Visitar clínicas y hospitales, así como las farmacias de los mismos.

Farmacias particulares y consultorios médicos.

a) Actividades diarias o casi diarias.

A las 9 a.m., se debe presentar el agente en alguna clínica u hospital, gubernamental o particular, con el objeto de entrevistar a los médicos para hacer la promoción de los productos mediante la presentación de los mismos, - entregando las muestras y literaturas respectivas.

No hay límite en el número de médicos que se puedan entrevistar y varía según el personal del mismo, pero más o menos el promedio sería 10.

La visita al hospital o clínica, incluye también una entrevista con los jefes (as) de los diferentes servicios especiales, tales como: Pediatría, Ginecología, etc., para recordarles los productos y checar si los están utilizando dentro del Hospital, y si no, cual es la razón por la cual no los utilizan. (Si no los piden a la farmacia interna o ésta no los surte, si los médicos no prescriben el -

producto, etc.).

La visita al hospital, también incluye visita a la farmacia interna del hospital o clínica, para gestión de ventas basándose en la opinión recabada de los médicos y encargados de los servicios especiales, de que los productos son solicitados.

Hacer el pedido al laboratorio para surtir al Hospital si tiene crédito o bien pasarlo al mayorista respectivo, si no lo tiene.

Termina esta labor aproximadamente a las 11 u 11.30 hrs., y después se dirige a las farmacias de la zona de la ciudad encomendada para continuar su labor de venta, procurando que haya una buena distribución de sus productos y evitando que haya faltantes que provoquen la sustitución de la receta.

Dará servicio al farmacéutico, informándole de los cambios de precios, salida de nuevos productos, cambiándole la mercancía en mal estado, etc.

El promedio de visitas a farmacias es de 4 diarias, labor que termina entre las 13.00 y 13.30 hrs.

Por la tarde a las 16.00 hrs., deberá presentarse el agente en la zona asignada para visitar consultorios particulares y procederá a realizar la propaganda de los productos del ciclo correspondiente mostrando a los médicos los productos y entregando las muestras y literaturas de los mismos.

El número de médicos que tendrán que visitar varía según el tipo de laboratorio y zona, pero el promedio es más o menos 8.



Esta labor termina entre las 20.00 y 20.30 Hrs.

Posteriormente se procederá a elaborar un informe por escrito, que contendrá el número de médicos visitados en la clínica u hospital, el nombre de las farmacias visitadas y el nombre de los médicos entrevistados en consultorios particulares, que se entregará el lunes de cada semana junto con un informe semanal en donde se señalan en resumen las entrevistas a hospitales y farmacias y el número de médicos entrevistados.

Existen laboratorios que solicitan la presencia de sus agentes todos los días, ya sea a la hora de entrada o bien a las 15.00 hrs., para darles instrucciones, repartir las muestras y entregar los informes diarios.

b) Actividades Periódicas.

Cada semana deberán presentarse los agentes al laboratorio, para reparar los productos, dar sugerencias sobre la forma de trabajo o bien recibirlas, para hacer un análisis de los productos de la competencia y preparar los productos del ciclo de que se trate, la duración de esta junta es de 2 horas aproximadamente.

c) Actividades Eventuales.

Cada fin de mes, hay reunión para comentar el resultado de las ventas logradas y se aprovecha para entregar los incentivos consistentes en cierta cantidad en efectivo o bien regalos personales.

Esta junta se realiza por la mañana o bien en la tarde, y tiene una -

duración de 4 horas.

Además se encarga también mensualmente a un agente, que desarrolle - algún tema sobre ventas o propaganda y que lo presente por escrito con las co - pias necesarias para cada uno de los demás agentes y que lo exponga como con - ferencia. Aunque debido al número de agentes a cada uno le toca exponer 1 ó 2 veces al año.

Algunos de los laboratorios tienen películas, las cuales se exhiben a - un grupo de médicos después de haber concertado cita con ellos.

Además existe una convención anual, en la que participan todos los - agentes, tanto del D. F., como Foráneos, en la que se tratan los planes de tra - bajo, se fijan los pronósticos de ventas, las cuotas que se deberán alcanzar, etc.

### ESPECIFICACION DEL PUESTO.

#### 1.- Conocimientos y experiencias.

La escolaridad requerida es la de preparatoria mínimo o bien uno o más años de carrera de medicina química, etc.

Y la experiencia solicitada es la de un año como mínimo, trabajando - en el mismo puesto o puestos similares, tales como vendedor de productos quími - cos, material quirúrgico o bien cualquier otro que tenga afinidad con el trabajo.

2.- El material con que cuenta para trabajar es un maletín dotado de - muestras y literaturas, así como ayudas visuales tales como: gráficas, dibujos y -

eventualmente películas.

3.- Fundamentalmente, el trabajo se realiza en la calle visitando hospitales, farmacias y consultorios, o bien en las ciudades del interior de la República si se trata de agentes foráneos.

### S U E L D O

El sueldo inicial es variable según el laboratorio pero el promedio está entre \$ 2,000.00 y \$ 2,500.00, durante las tres primeras mensualidades.

Además de una comisión mensual que equivale a una quincena aproximadamente.

Algunos dan un porcentaje global de las ventas mensuales o bien 3% - de comisiones, etc.

Se les otorga un mes de gratificación anual, vacaciones, seguro social.

Teniendo otros, plan de automóvil, gastos de viaje, etc.

DATOS GENERALES

Fecha.....Nombre de la Cía.....  
 Nombre completo.....Puesto.....  
 Edad.....Sexo.....Religión.....  
 Lugar de nacimiento.....Estado Civil.....  
 Domicilio.....  
 Sueldo aproximado \$.....

ESCOLARIDAD

Señale Ud. los estudios que ha realizado marcando con una cruz (x) los años completos cursados:

		tiene certificado	
PRIMARIA.....1 2 3 4 5 6 7 .....	SI	NO	
SECUNDARIA.....1 2 3.....	SI	NO	
COMERCIO.....1 2 3.....	SI	NO	
PREVOCACIONAL.....1 2 3.....	SI	NO	
PREPARATORIA.....1 2 3.....	SI	NO	
VOCACIONAL.....1 2 3.....	SI	NO	
PROFESIONAL.....1 2 3 4 5 6 7 .....	SI	NO	
OTROS.....			

EMPLEOS ANTERIORES

Señale Ud. marcando con una cruz (x) el número de empleos anteriores al presente.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Indique Ud. la experiencia en años y meses que tiene en su puesto actual.....

.....

Señale Ud. el tiempo en años y meses que tiene de trabajar en esta Cía.....

.....

Cómo se considera Ud. como vendedor?.....

.....





PRUEBA SHORE

## FORMA II

Nombre \_\_\_\_\_ sexo \_\_\_\_\_ edad \_\_\_\_\_ puesto \_\_\_\_\_  
 Años de estudio \_\_\_\_\_ Cía. \_\_\_\_\_

FAVOR DE NO VOLTEAR ESTA PAGINA

## LEA CON CUIDADO

- 1) ¿Cuántos segundos hay en un minuto? .....  d  
 a) 40 b) 50 c) 45 d) 60 e) 70  
 LA CONTESTACION CORRECTA ES 60 SEGUNDOS. POR ESO, HEMOS COLOCADO "d" ADENTRO DEL CUADRO A LA DERECHA 
- 2) Se venden naranjas a razón de \$0.10 c/u, ¿Cuánto costarán 5 naranjas? .....  b  
 a) \$0.40 b) \$0.50 c) \$ 0.25 d) \$0.60 e) \$0.45  
 LA CONTESTACION CORRECTA ES \$0.50. POR ESO, HEMOS COLOCADO "b" 
- 3) CONSEGUIR ES IGUAL A .....  c  
 a) regalar b) escribir c) obtener d) donar e) leer  
 LA CONTESTACION CORRECTA ES "obtener". POR ESO HEMOS COLOCADO "c" 
- 4) El número siguiente en la serie de abajo es: .....  c  
 3    6    9    12    15    18    21    ?  
 a) 22    b) 23    c) 24    d) 25    e) 26  
 LA CONTESTACION CORRECTA ES 24. POR ESO HEMOS COLOCADO "c" 

Como Ud. puede observar, el método usado en esta prueba es de siempre seleccionar la letra "a", "b", "c", "d" o "e" que corresponden a la contestación correcta y colocarla en el espacio indicado en los ejemplos 1, 2, 3 y 4 arriba. No hay ninguna trampa en esta prueba, aunque si requiere cuidado en cada uno de los problemas.

Trabaje con calma pero no pierda tiempo. Si no puede resolver algún problema, es aconsejable pasar al siguiente problema aunque nuestra recomendación es resolver los problemas progresivamente.

Si hay alguna pregunta, avísenos antes de empezar la prueba misma, (a partir desde cuando le digan que le de vuelta a esta hoja, no le contestarán ninguna pregunta). Esta prueba termina en 14 minutos.

- 1) El séptimo mes del año, es.....   
 a) Febrero b) Diciembre c) Julio d) Octubre e) Agosto
- 2) El número de lápices que se puede comprar por \$2.00 a razón de \$0.20 c/u. es.....   
 a) 20 b) 24 c) 12 d) 10 e) 8
- 3) La palabra que no pertenece en el grupo de abajo es.....   
 a) Silla b) mesa c) escritorio d) automóvil e) sillón
- 4) Cuántes veces aparece el número "6" en el grupo de abajo.....   
 6 6 9 6 6 6 9 9 6 9 6 9 6 9 6 9 6 9 6 9 6 9 6 9 6  
 a) 16 b) 15 c) 17 d) 14 e) 18
- 5) El número siguiente en la serie de abajo es.....   
 1 2 4 7 11 16 22 29 37 ?  
 a) 44 b) 45 c) 46 d) 47 e) 48
- 6) Llegar es lo opuesto de.....   
 a) Bienvenida b) saludar c) planear d) despedir e) salir
- 7) Le palabra que no pertenece en la serie de abajo es.....   
 a) caballo b) perro c) bicicleta d) gato e) burro
- 8) La luna es a la noche lo que el sol es a. ....   
 a) luz eléctrica b) energía nuclear c) el día d) la playa e) los perros
- 9) Un muchacho corre a la velocidad de 1 kilómetro en 4 minutos.  
 Cuántos metros corre en un minuto?.....   
 a) 200 b) 225 c) 240 d) 250 e) 275
- 10) El número siguiente en la serie de abajo es.....   
 101 92 84 77 71 66 ?  
 a) 62 b) 61 c) 60 d) 63 e) 64
- 11) La palabra que no pertenece en el grupo de abajo es.....   
 a) avión b) automóvil c) piloto d) bicicleta e) camión
- 12) David tiene menos edad que Jorge. Juan tiene menos edad que David.  
 Tiene Jorge más edad que Juan?.....   
 a) si b) no c) no se sabe
- 13) Le pagan a Jorge \$ 25.00 por cada 10 piezas que hace. Al fin del día ha hecho 15 piezas.  
 ¿Cuánto dinero recibirá?.....   
 a) \$35.00 B) \$37.50 c) \$27.50 d) \$30.00 e) \$ 32.50
- 14) El mar es a los peces lo que el aire es a.....   
 a) los pilotos b) los estudiosos c) las aves d) los choferes e) los atletas
- 15) El número siguiente en la serie de abajo es.....   
 729 243 81 27 9 3 1 ?  
 a) 1/6 b) 1/3 c) 1/9 d) 1/4 e) 1/8

- 16) Samuel pesa menos que José. Jorge pesa más que Samuel. Pesa Samuel menos que Jorge? .....
- a) si b) no c) no se sabe
- 17) Le faltan a María 2 años para cumplir 10 años de edad, y José tiene el triple de edad que ella. Dentro de cuántos años más tendrá José el doble de edad que María? .....
- a) 6 b) 7 c) 8 d) 9 c) 10
- 18) La palabra que no pertenece en la serie de abajo es. ....
- a) León b) tigre c) cebra d) vaca e) hiena
- 19) La palabra que no pertenece en la serie de abajo es. ....
- a) león b) tigre c) cebra d) pantera e) hiena
- 20) La palabra que no pertenece en la serie de abajo es. ....
- a) Veracruz b) Acapulco c) Río de Janeiro d) Montevideo e) B. Aires
- 21)Cuál de estos países tiene más territorio? .....
- a) México b) Perú c) Argentina D) Chile E) Costa Rica
- 22) El número siguiente en la serie de abajo es. ....
- 2 5 4 8 6 11 8 14 7
- a) 10 b) 11 c) 9 d) 8 e) 12
- 23) Entre Juan y Jorge ganaron un total de \$126.00. Jorge ganó 6 veces más que Juan. ¿Cuánto dinero ganó Juan? .....
- a) \$20.00 b) \$18.00 c) \$108.00 d) \$120.00 e) \$16.00
- 24)Cuál es más grande: a) la luna ó b) el sol? .....
- 25) Si los siguientes objetos estuvieran ordenados de acuerdo con su tamaño, cuál quedaría en medio? .....
- a) silla b) gato c) escritorio d) pluma e) automóvil
- 26) Ordene las palabras siguientes de modo que formen una frase, e indique si lo que dice esta frase es. ....
- a) Verdadera b) falsa c) dudosa
- HUMANO VIVIR SER EL AGUA PUEDE SIN
- 27) Que pesa más entre un litro de. ....
- a) hielo b) aceite c) aire d) gasolina e) agua
- 28) Juan hace 180 piezas en el tiempo que José hace 30. Cuando Juan ha hecho 480 piezas, cuántas piezas habrá hecho José? .....
- a) 50 b) 80 c) 110 d) 140 e) 150
- 29) El número siguiente en la serie de abajo es .....
- 8 4 32 16 128 64 512 ?
- a) 148 b) 256 c) 414 d) 812 e) 1024

- 30) Los habitantes de los EE.UU. hablan inglés. Algunas personas presentes en una fiesta no son de los EE.UU. Algunas de las personas de esta fiesta no hablan inglés? .....
- a) sí b) no c) no se sabe
- 31) Si Juan corta  $1\frac{3}{4}$  cargas de leña en  $\frac{1}{4}$  de día, cuántos días tardara en cortar  $31\frac{1}{2}$  cargas? .....
- a)  $4\frac{1}{4}$  b)  $4\frac{1}{2}$  c)  $4\frac{3}{4}$  d)  $4\frac{3}{8}$  c)  $4\frac{15}{16}$
- 32) Un rollo de cable tiene 320 metros de largo y se corta en 2 piezas desiguales. Una pieza es 55 metros más larga que la otra. Qué longitud tiene la pieza más corta? .....
- a) 185 metros b) 162.5 metros c) 132.5 metros d) 187.5 metros  
e) 152.5 mts.
- 33) Un camión viajó los  $\frac{5}{8}$  partes de su viaje en 45 minutos. Cuántos minutos tardará en viajar la última parte de su viaje? .....
- a) 27 b) 32 c) 40 d) 45 c) 24

Publicado por:  
Dr. Aaron Shore y Asociados  
Londres 75-305  
México 6, D. F.  
Tels. 14-80-21 y 25-26-07

Derechos reservados conforme a la Ley.  
Autorizada la reproducción de esta prueba por el Dr. Shore  
con fecha 28 de Agosto de 1969.



## H A R M O N

INVENTARIO DE INTERESES OCUPACIONALES

Nombre \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_ sexo \_\_\_\_\_ escolaridad \_\_\_\_\_

Nombre de la Compañía \_\_\_\_\_

Puesto que ocupa \_\_\_\_\_

INSTRUCCIONES

En las siguientes páginas encontrará usted 80 pares de actividades. Cada par consiste en 2 actividades diferentes. Las actividades están marcadas con una (a) y con una (b).

Usted va a leer cada una de las 2 actividades con cuidado, y luego va Ud. a poner un círculo alrededor de la letra (a) o (b), para indicarnos cual de los dos tipos de trabajo preferiría.

Ejemplos:

1. - (a) Proyectar y dirigir una construcción.  
(b) Llevar la contabilidad de un negocio.

Si usted prefiere proyectar y dirigir una construcción más que llevar la contabilidad de un negocio, ponga usted un círculo alrededor de la letra (a), como se indica a continuación:

1. - (a) Proyectar y dirigir una construcción.  
(b) Llevar la contabilidad de un negocio.

Si por el contrario, usted prefiere llevar la contabilidad de un negocio más que proyectar y dirigir una construcción, ponga un círculo alrededor de la letra (b) como se indica a continuación:

1. - (a) Proyectar y dirigir una construcción.  
(b) Llevar la contabilidad de un negocio.

Ahora empiece con el primer par de actividades y continúe hasta terminar con todos los pares.

No se brinque ningún par ni deje sin contestar ninguno. Díganos su preferencia en cada par, aún cuando no sienta usted una preferencia muy fuerte por una sobre la otra; o bien cuando no le agrade ninguna, de todas maneras escoja una de ellas.

Algunas actividades requieren entrenamiento y preparación, en tales casos le rogamos suponer que usted tiene el entrenamiento necesario.

- 1.- (a) Visitar un centro de recreación para personas de los barrios bajos.  
(b) Ser profesor de una escuela.

---

- 2.- (a) Tomar un curso por correspondencia de negocios.  
(b) Vender de casa en casa.

---

- 3.- (a) Trabajar en una casa editorial.  
(b) Normar su conducta de acuerdo a sus compañeros o a la organización para la cual trabaja.

---

- 4.- (a) Escribir un artículo sobre la psicología de convencer gentes.  
(b) Investigar el origen de las costumbres de los pueblos.

---

- 5.- (a) Hacer trabajos que requieren mucho cálculo mental.  
(b) Cuidar a niños enfermos.

---

- 6.- (a) Saber utilizar los transportes dentro de la ciudad para desplazarse a diferentes lugares de la misma.  
(b) Trabajar en un conmutador de teléfonos.

---

- 7.- (a) Llevar la cuenta de las notas de una tienda.  
(b) Ser gerente de ventas.

---

- 8.- (a) Trabajar en un escritorio.  
(b) Ser el vendedor de medicinas con más éxito en el país.

---

- 9.- (a) Leer cuentos a los ciegos.  
(b) Ser químico.

---

- 10.- (a) Salir a comprar artículos para Ud. u otras personas.  
(b) Conocer y estudiar estructuras de plantas y animales.

---

- 11.- (a) Editar la plana de finanzas en un periódico.  
(b) Establecer una negociación o una organización de su propiedad.

---

- 12.- (a) Donducir una investigación para desarrollar un sustituto del hule.  
(b) Poner circulares de propaganda en los coches que pasan por una esquina.

---

- 13.- (a) Sumar columnas de números.  
(b) Enseñar a niños a dibujar y pintar.

---

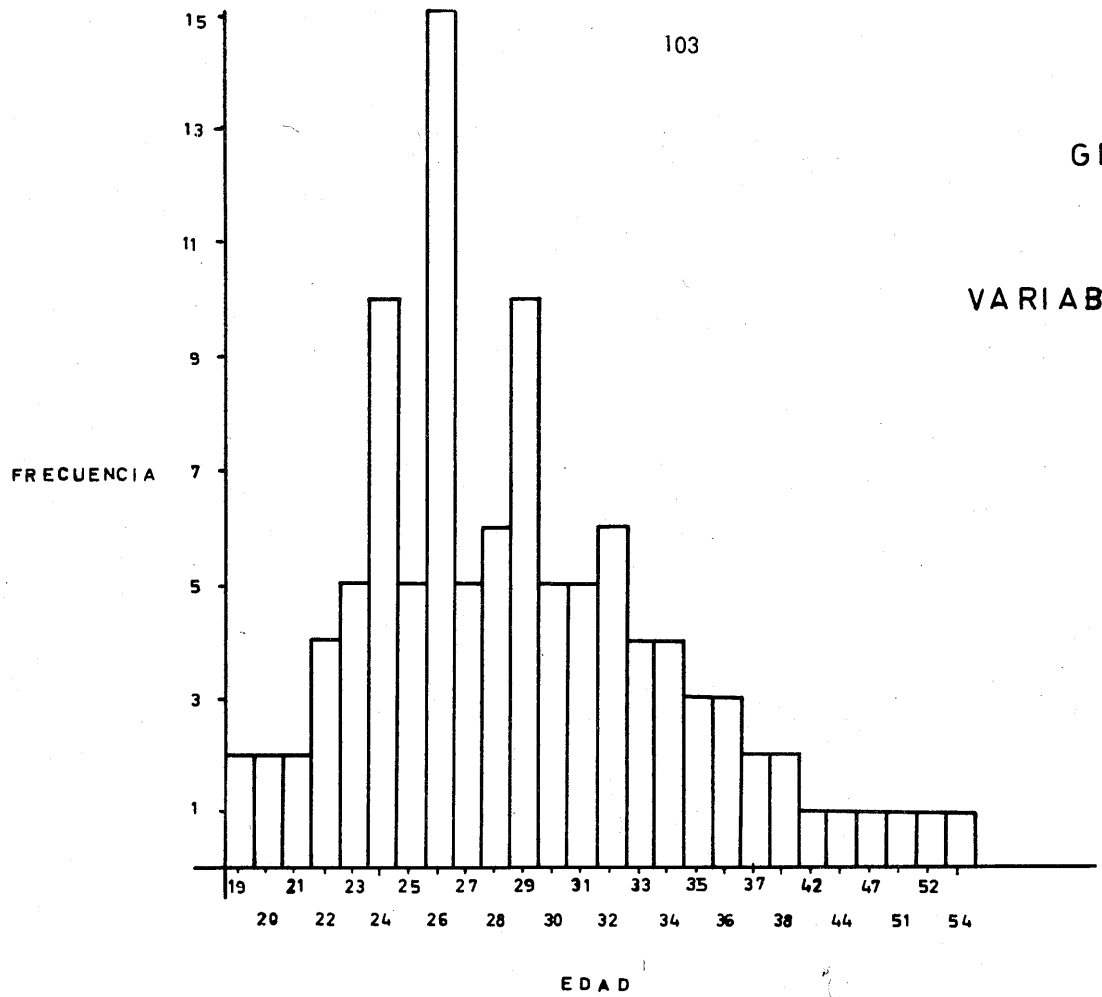
- 14.- (a) Hacer antesalas en los consultorios médicos.  
(b) Manejar un mimeógrafo.
- 
- 15.- (a) Iniciarse en el nuevo campo de los negocios.  
(b) Hacer trabajo de oficina.
- 
- 16.- (a) Ser el director de un grupo conduciendo una investigación sobre métodos de propaganda.  
(b) Organizar los resultados de investigaciones sobre la opinión pública.
- 
- 17.- (a) Trabajar en un laboratorio de Química.  
(b) Ser muy conocido como trabajador social.
- 
- 18.- (a) Gestionar la documentación en la Tesorería para la apertura de una tienda.  
(b) Hacer análisis químicos de productos comerciales nuevos.
- 
- 19.- (a) Visitar un museo científico.  
(b) Cooperar para el progreso industrial y comercial.
- 
- 20.- (a) Ser una autoridad sobre publicidad de carteles.  
(b) Buscar las direcciones de gentes en un directorio.
- 
- 21.- (a) Trabajar en el desarrollo de un metal más ligero y resistente.  
(b) Ser médico.
- 
- 22.- (a) Ser guía de turistas.  
(b) Entrevistar candidatos a un empleo.
- 
- 23.- (a) Editar las noticias financieras para un periódico.  
(b) Cooperar activamente para el desarrollo de la industria y el comercio.
- 
- 24.- (a) Clasificar libros en una biblioteca.  
(b) Hacer propaganda a los médicos sobre nuevos productos éticos.
- 
- 25.- (a) Ayudar a proporcionar primeros auxilios en un hospital.  
(b) Ser secretario privado.
- 
- 26.- (a) Salir de viaje por motivos de trabajo.  
(b) Trabajar en el desarrollo de métodos más eficientes para mejorar el trabajo de oficina.
-

- 
- 27.- (a) Hacer una investigación científica con fines prácticos.  
(b) Ser tenedor de libros.
- 
- 28.- (a) Preparar la propaganda para un nuevo producto contra la tuberculosis.  
(b) Leer revistas y libros científicos.
- 
- 29.- (a) Tomar órdenes de venta de mercancía por teléfono.  
(b) Cuidar a gentes sordas.
- 
- 30.- (a) Salir a comprar timbres postales.  
(b) Ser una autoridad en impuestos.
- 
- 31.- (a) Alterar el programa de enseñanza para aumentar el valor práctico de la misma.  
(b) Buscar información que aclare un evento histórico famoso.
- 
- 32.- (a) Determinar el costo de producción de tarjetas de felicitación.  
(b) Ser propagandista de artículos farmacéuticos.
- 
- 33.- (a) Conducir investigaciones sobre la televisión.  
(b) Impartir conocimientos a aquellas personas que no los tienen.
- 
- 34.- (a) Calcular el costo de impresión de libros y circulares.  
(b) Visitar farmacias y hospitales.
- 
- 35.- (a) Inducir a la gente a obtener resultados prácticos.  
(b) Soldar alambres o partes mecánicas.
- 
- 36.- (a) Ser agente propagandista médico.  
(b) Ser el tesorero de una investigación.
- 
- 37.- (a) Ser funcionario al servicio de las clases humildes.  
(b) Enseñar aritmética.
- 
- 38.- (a) Dedicarse a cobrar cuentas a clientes.  
(b) Reparar una mesa de planchar.
- 
- 39.- (a) Investigar las causas de las enfermedades mentales.  
(b) Leer un periódico las secciones de compra-venta de casas, y precios del mercado.
- 
- 40.- (a) Hacer los anuncios de un nuevo fraccionamiento.  
(b) Dar conferencias populares sobre química.
-

- 41.- (a) Visitar una fábrica de aeroplanos.  
(b) Ser miembro de una sociedad de ayuda y asistencia.
- 
- 42.- (a) Fabricar lanchas.  
(b) Pasar el mayor tiempo de su trabajo en la calle.
- 
- 43.- (a) Usar su influencia para elevar el nivel de vida.  
(b) Llevar la cuenta de las notas de una tienda.
- 
- 44.- (a) Editar las noticias financieras para un periódico.  
(b) Convencer a las personas para que usen determinado medicamento.
- 
- 45.- (a) Ser profesor de matemáticas.  
(b) Enseñar a leer a los analfabetas.
- 
- 46.- (a) Arreglar trámites en el Seguro Social y Hacienda.  
(b) Juntar un buen número de instrumentos para trabajar madera.
- 
- 47.- (a) Ir a expediciones en busca de animales raros.  
(b) Influir para que la educación sea aumentada en el aspecto de utilidad práctica.
- 
- 48.- (a) Ser Ingeniero Mecánico.  
(b) Ser vendedor.
- 
- 49.- (a) Ayudar a personas jóvenes a elegir su vocación.  
(b) Reparar una máquina de coser rota.
- 
- 50.- (a) Visitar a clientes para la venta de un producto.  
(b) Observar las máquinas cuando se montan.
- 
- 51.- (a) Tomar un curso de trabajo en metal.  
(b) Ser banquero.
- 
- 52.- (a) Tomar un curso de cómo vender.  
(b) Visitar una exhibición de artículos para laboratorio.
- 
- 53.- (a) Hacer experimentos en un laboratorio.  
(b) Escuchar a otros con paciencia y comprender sus puntos de vista.
- 
- 54.- (a) Hacer un rompecabezas para una persona enferma.  
(b) Ir al Banco a cobrar cheques.
-

- 55.- (a) Ser el secretario de una persona famosa.  
(b) Visitar exposiciones donde pueda ver nuevos productos industriales.
- 
- 56.- (a) Encontrar un método más eficiente para hacer maquetas.  
(b) Vender seguros.
- 
- 57.- (a) Ayudar a encontrar empleo a personas de escasos recursos.  
(b) Estudiar y entender las causas de los movimientos sociales.
- 
- 58.- (a) Caminar por la ciudad en busca de clientes.  
(b) Escribir en máquina una carta para un amigo.
- 
- 59.- (a) Encargarse del archivo y documentación de una sociedad.  
(b) Leer artículos sobre grandes mejoras en las condiciones del mercado.
- 
- 60.- (a) Convencer a otras personas para que hagan lo que Ud. cree deban hacer.  
(b) Aprender a escribir en máquina y taquigrafía.
- 
- 61.- (a) Hacer trabajo de bienestar social.  
(b) Ser profesor de matemáticas.
- 
- 62.- (a) Transportarse de un lugar a otro para entrevistar clientes.  
(b) Reparar una licuadora.
- 
- 63.- (a) Leer sobre el desarrollo industrial en México.  
(b) Hacer cuadros de números sobre el costo de la vida.
- 
- 64.- (a) Entrevistar personas para examinar la opinión pública.  
(b) Escribir un artículo sobre cómo los comerciantes determinan los cambios - de precios.
- 
- 65.- (a) Trabajar en un puesto donde se pueda ayudar a los demás.  
(b) Reparar utensilios caseros.
- 
- 66.- (a) Escribir un artículo sobre los medios de transporte en la ciudad.  
(b) Operar una máquina de calcular.
- 
- 67.- (a) Ser técnico organizador de oficinas.  
(b) Obtener un empleo en el que se gane mucho dinero.
- 
- 68.- (a) Vender artículos para hospitales.  
(b) Observar cómo un técnico repara una televisión.
-

- 69.- (a) Cuidar niños enfermos.  
(b) Tomar un curso de contabilidad de costos.
- 
- 70.- (a) Manejar un torno o taladro eléctrico.  
(b) Ir al correo a comprar timbres postales.
- 
- 71.- (a) Ser gerente de ventas.  
(b) Ser secretario de un diputado.
- 
- 72.- (a) Recopilar datos de las ventas de máquinas de escribir.  
(b) Lograr mediante el convencimiento que las personas consuman lo que Ud. vende.
- 
- 73.- (a) Participar en compañías contra la delincuencia juvenil.  
(b) Ser Contador Público.
- 
- 74.- (a) Observar cómo los mecánicos hacen reparaciones de coches.  
(b) Visitar a personas en sus domicilios, que se interesen en comprar determinado artículo.
- 
- 75.- (a) Cooperar activamente en el desarrollo de la industria y el comercio.  
(b) Deducir fórmulas matemáticas para producir nuevos giros en el negocio.
- 
- 76.- (a) Introducir en el mercado una nueva medicina.  
(b) Ser una autoridad en impuestos.
- 
- 77.- (a) Investigar las condiciones sociales de varias comunidades.  
(b) Resolver acertijos matemáticos.
- 
- 78.- (a) Ver los aparadores de las tiendas en busca de artículos interesantes.  
(b) Componer relojes.
- 
- 79.- (a) Influir para que la educación sea aumentada en el aspecto de utilidad práctica.  
(b) Estudiar contaduría.
- 
- 80.- (a) Mostrar un nuevo producto al público para combatir el paludismo.  
(b) Reparar las instalaciones eléctricas de gas o de plomería en su casa.
-



103

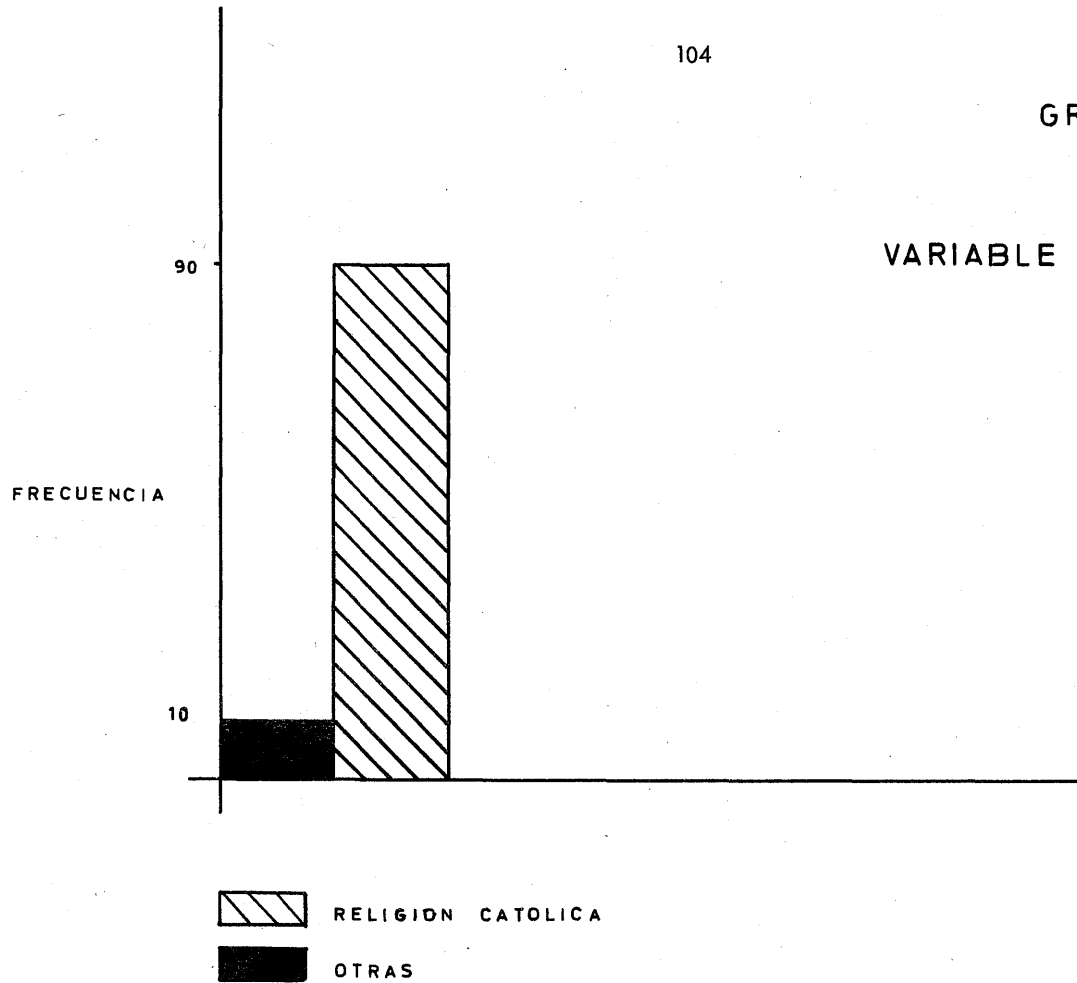
GRAFICA 1

VARIABLE EDAD



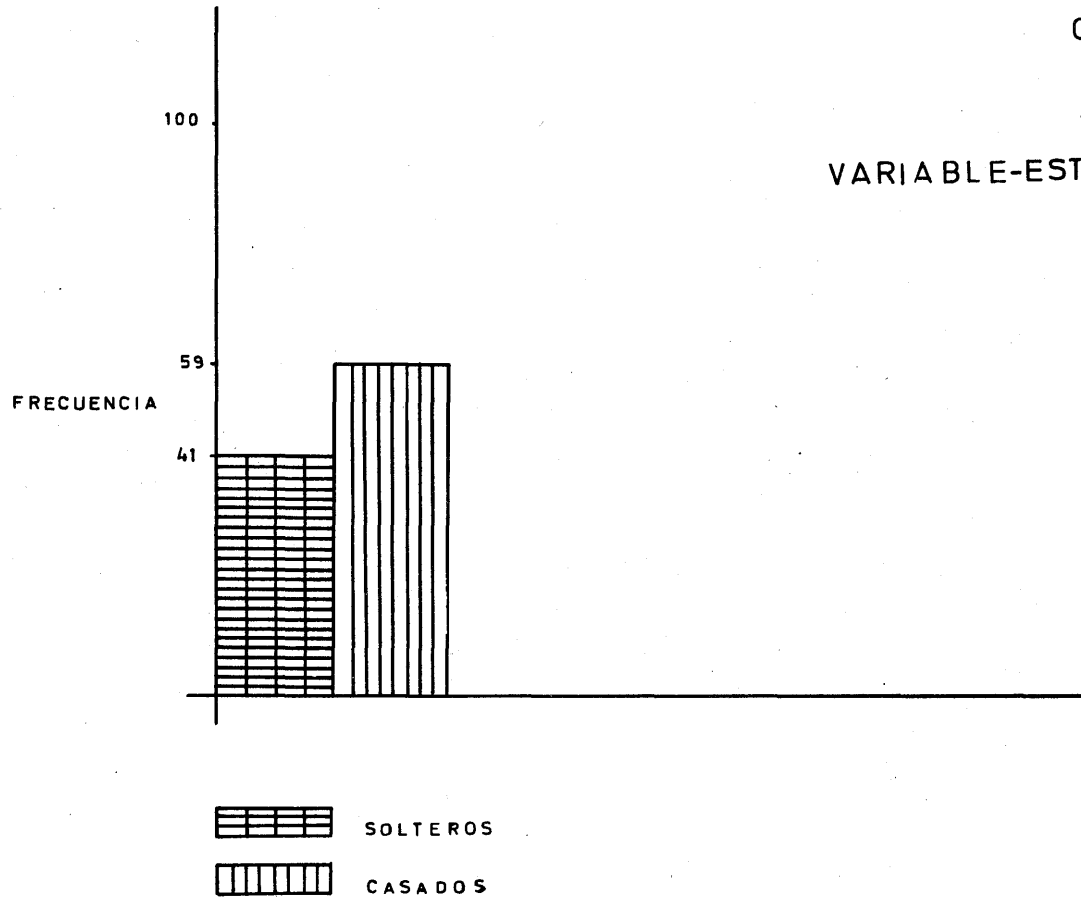
GRAFICA 2

VARIABLE RELIGION



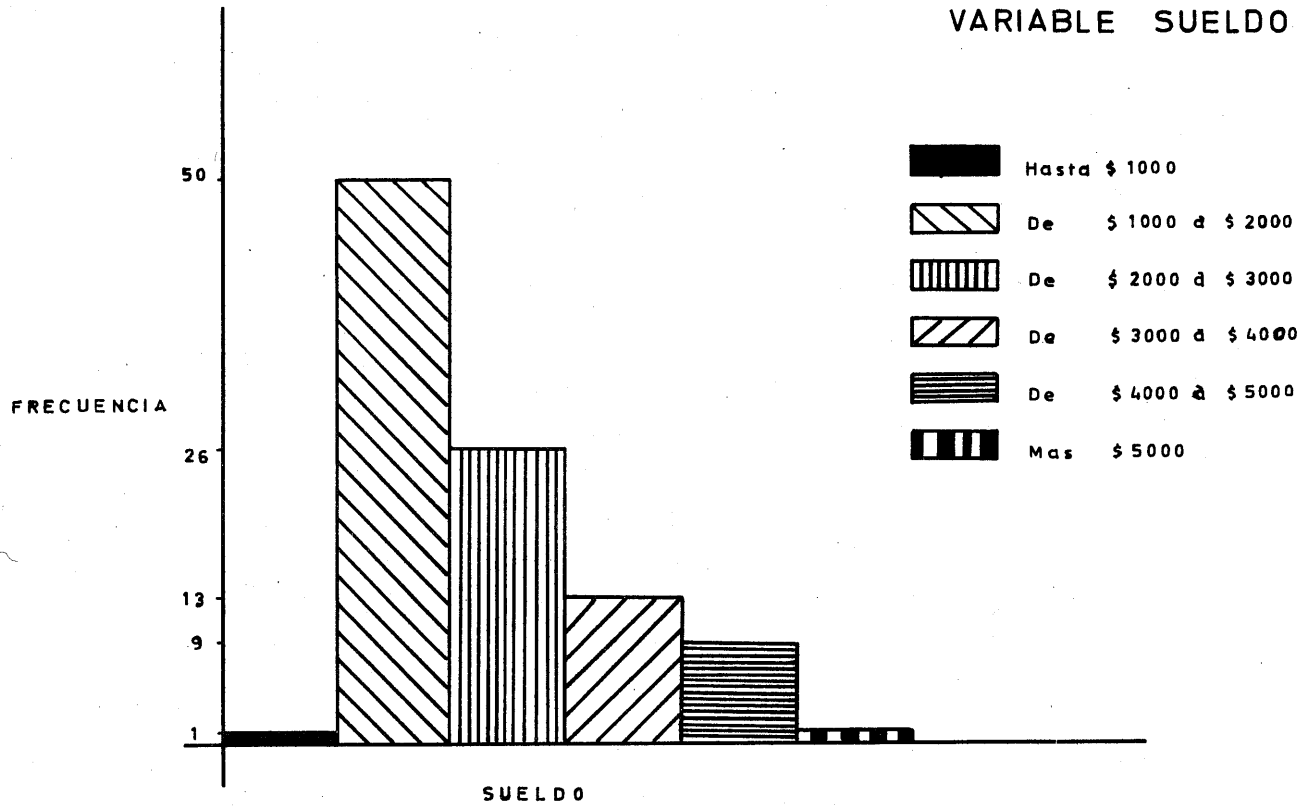
GRAFICA 3

VARIABLE-ESTADO CIVIL



## GRAFICA 4

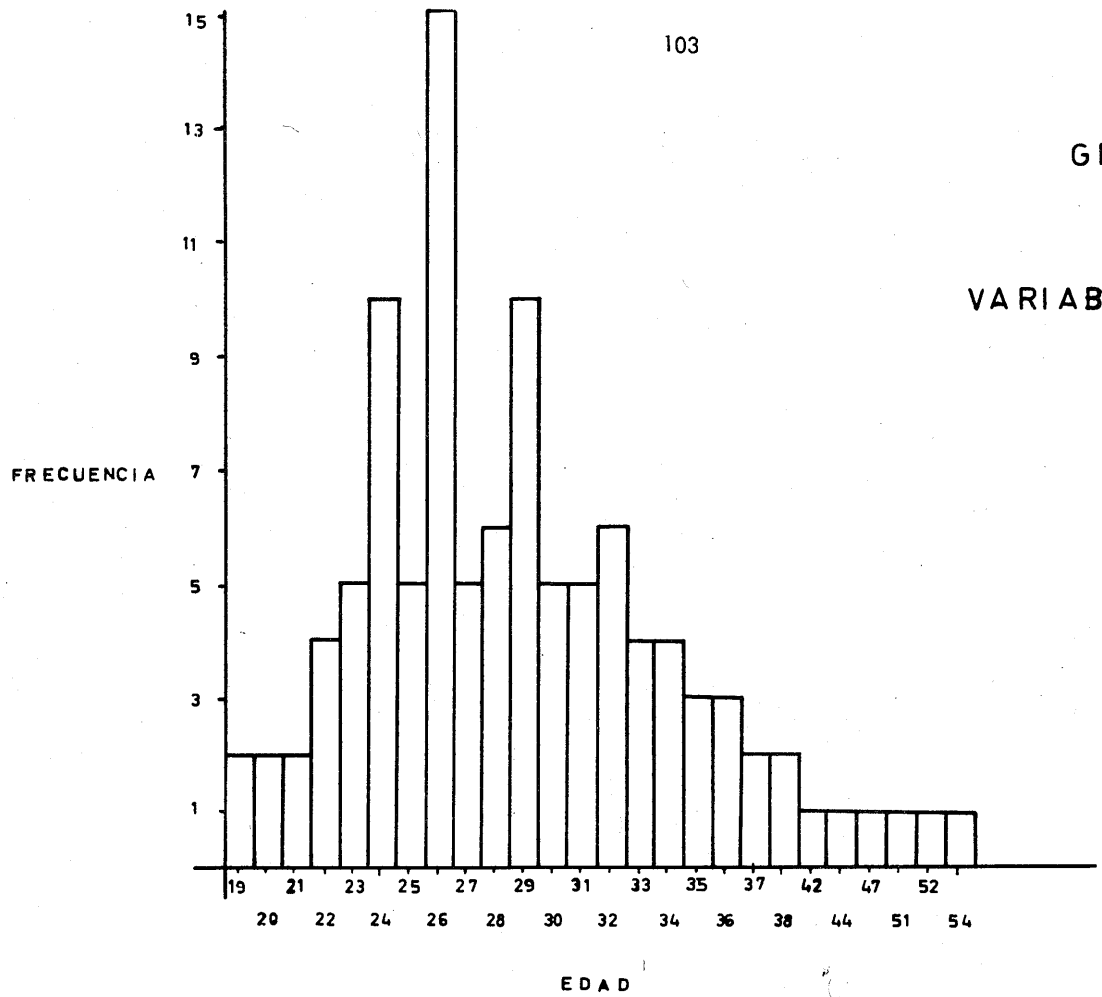
## VARIABLE SUELDO



## C O D I G O

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
	1, 2, 3	No. del sujeto	
1	4, 5	Edad del sujeto	No. de años
2	6	Religión	1 - Otras
			2 - Católica
3	7	Estado Civil	1 - Soltero
			2 - Casado
			3 - Otros
4	8	Sueldo	1 - Hasta \$ 1,000.00
			2 - De \$1000.00 a 2000.00
			3 - De \$2000.00 a 3000.00
			4 - De \$3000.00 a 4000.00
			5 - De \$4000.00 a 5000.00
			6 - De más de \$5,000.00
5	9, 10	Escolaridad	Número de años estudiados
6	11	Empleos anteriores	Número de empleos
7	12, 13, 14	Experiencia en el puesto.	Número de meses trabajando

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
8	15, 16, 17	Tiempo trabajando en la Cía.	Número de meses.
9	18	Opinión de sí mismo, con respecto a su - competencia como - vendedor.	1 - Malo 2 - Regular 3 - Bueno 4 - Muy bueno 5 - Excelente
10	19, 20	Puntaje total del - Shore de cada su <u>je</u> to.	Número total de respuestas acertadas.
11	21, 22	Puntaje total interés social.	Número total de respuestas en el área social.
12	23, 24	Puntaje total interés Aire Libre.	Número total de respuestas en esta área.
13	25, 26	Puntaje total interés Económico.	Número total de respuestas en área económica.
14	27, 28	Puntaje total interés persuasivo.	Número total de respuestas área persuasiva.



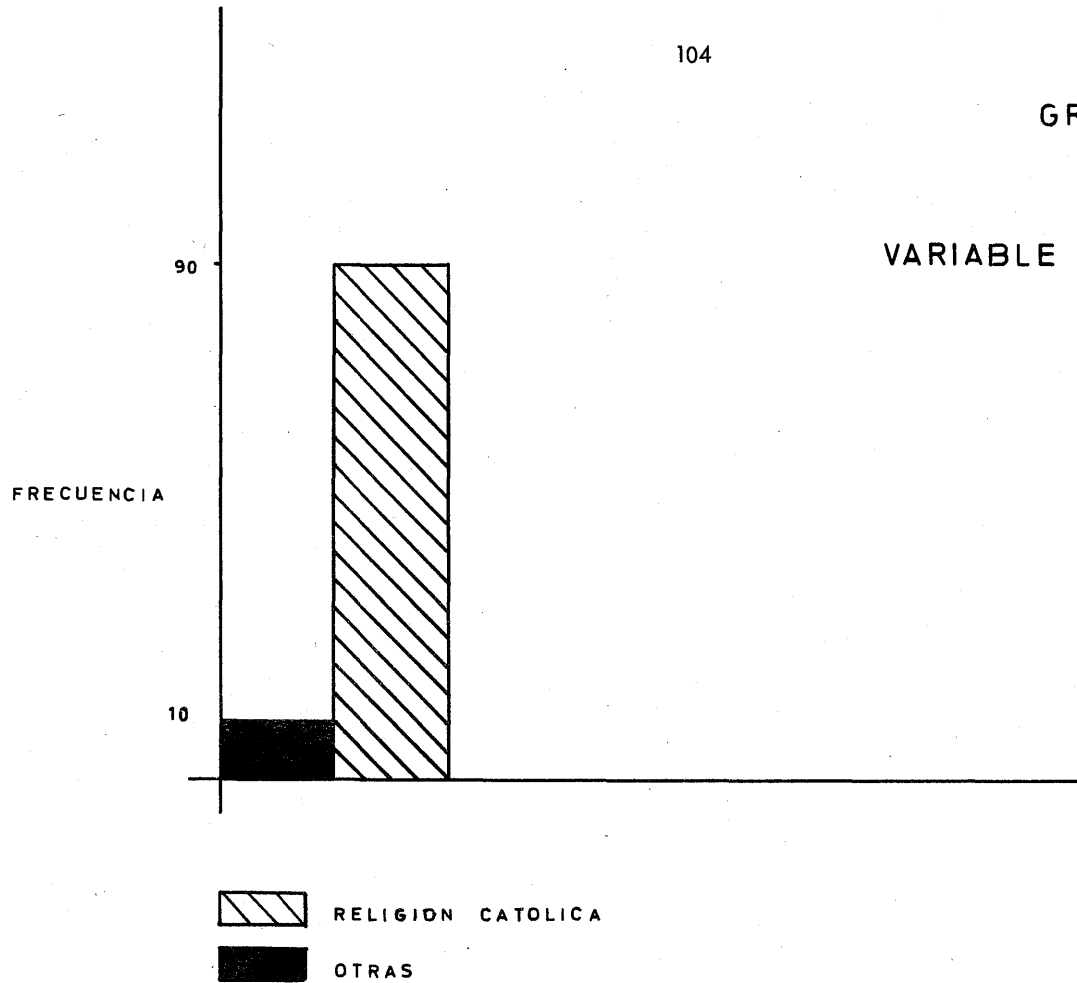
103

GRAFICA 1

VARIABLE EDAD

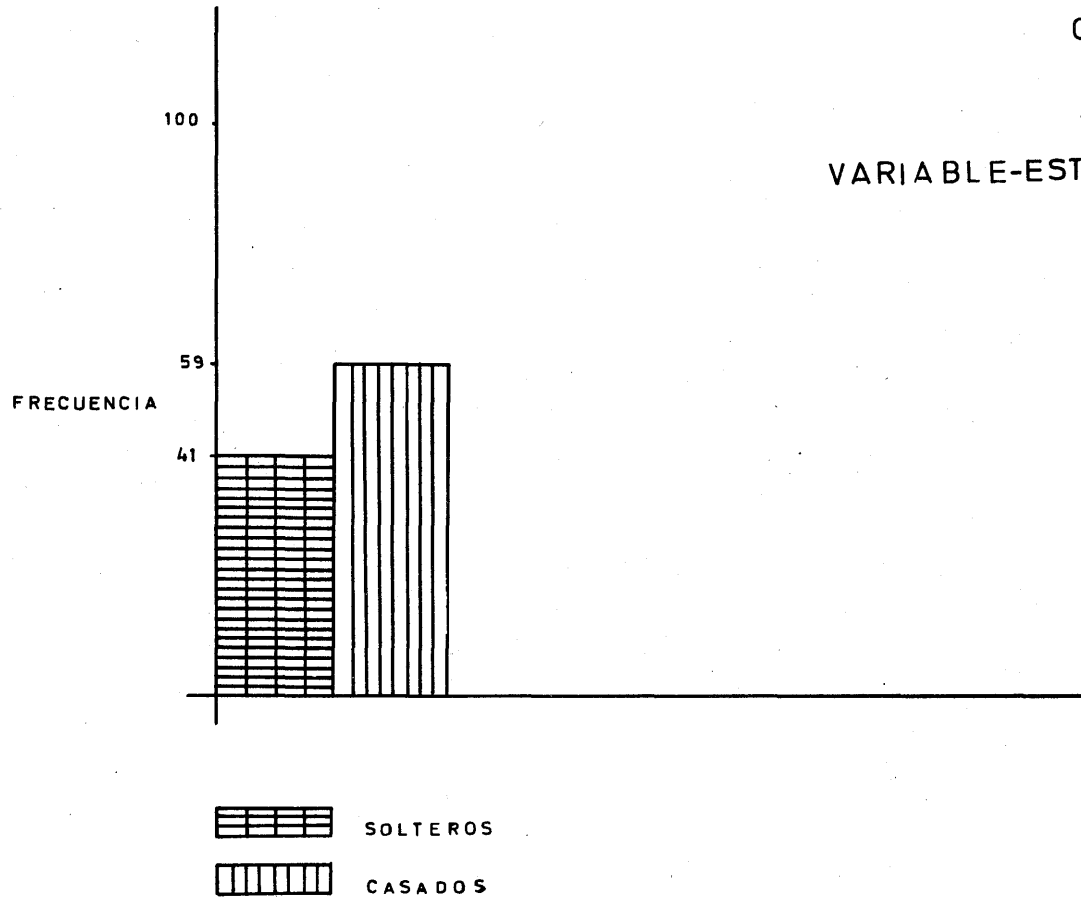
GRAFICA 2

VARIABLE RELIGION



GRAFICA 3

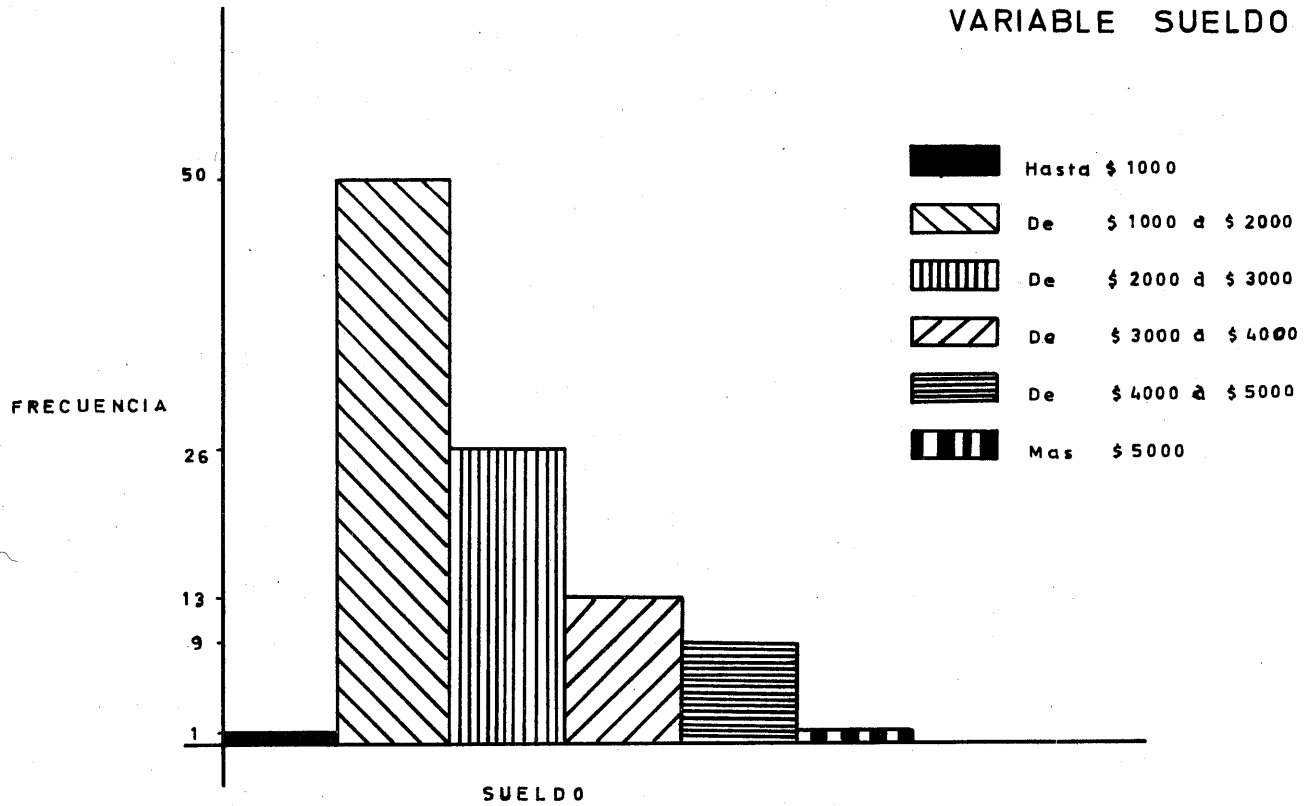
VARIABLE-ESTADO CIVIL

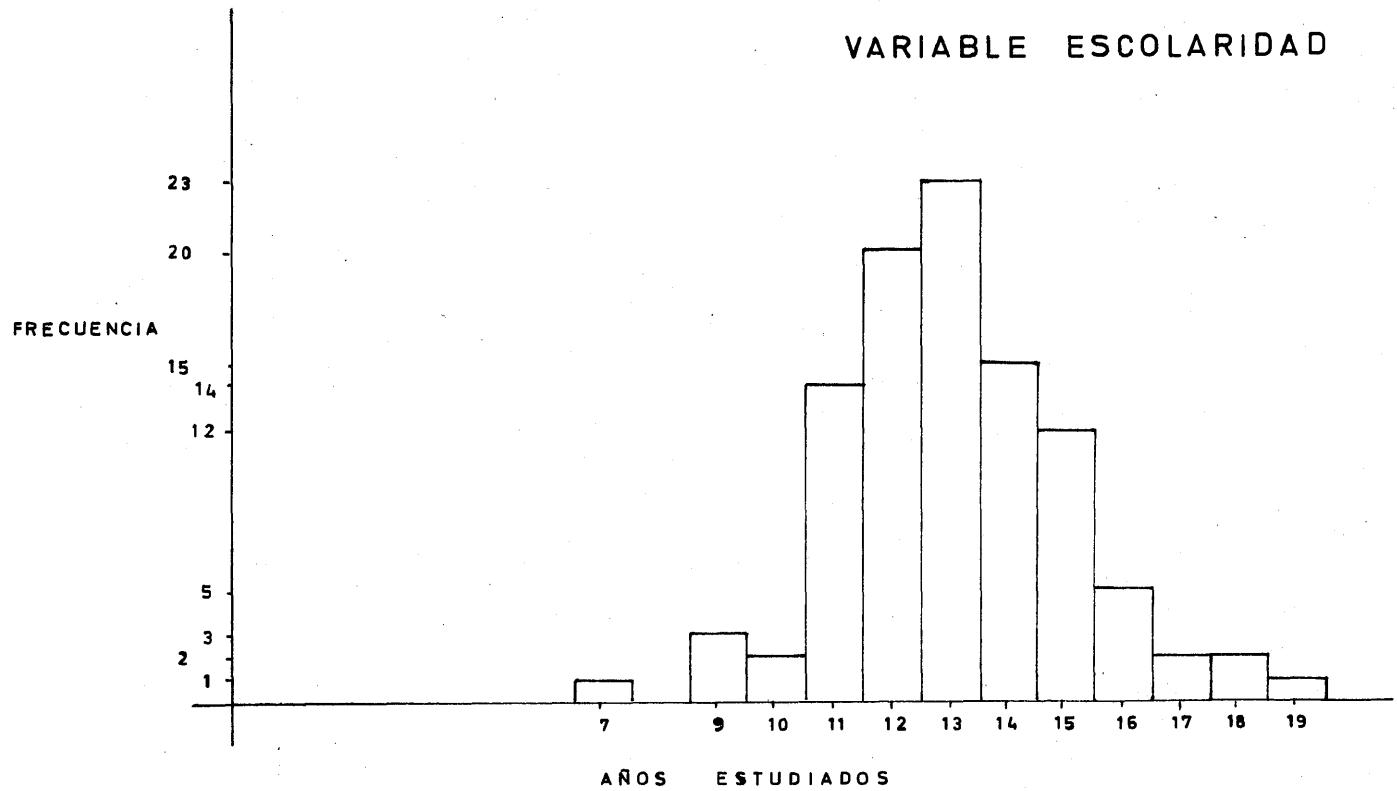


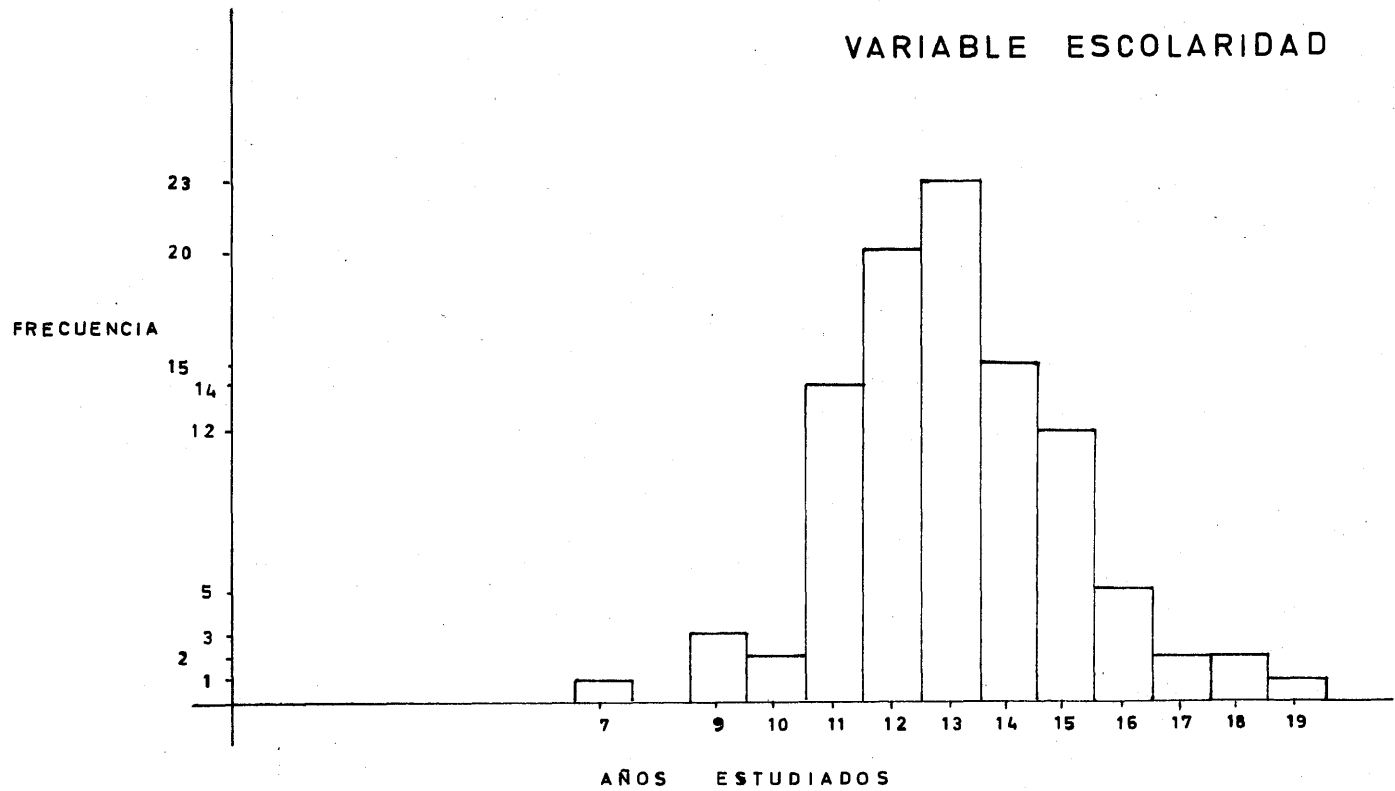


## GRAFICA 4

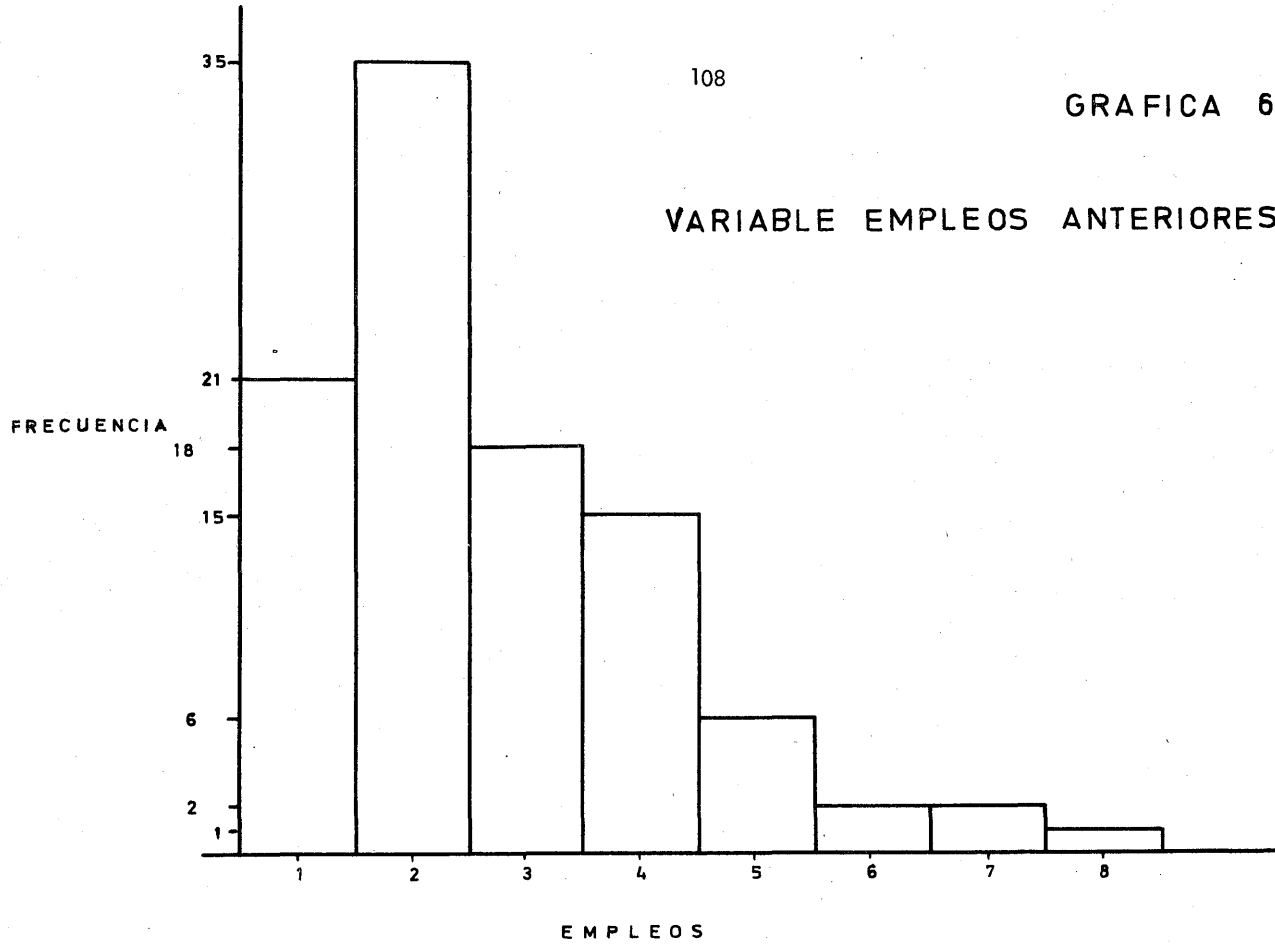
## VARIABLE SUELDO



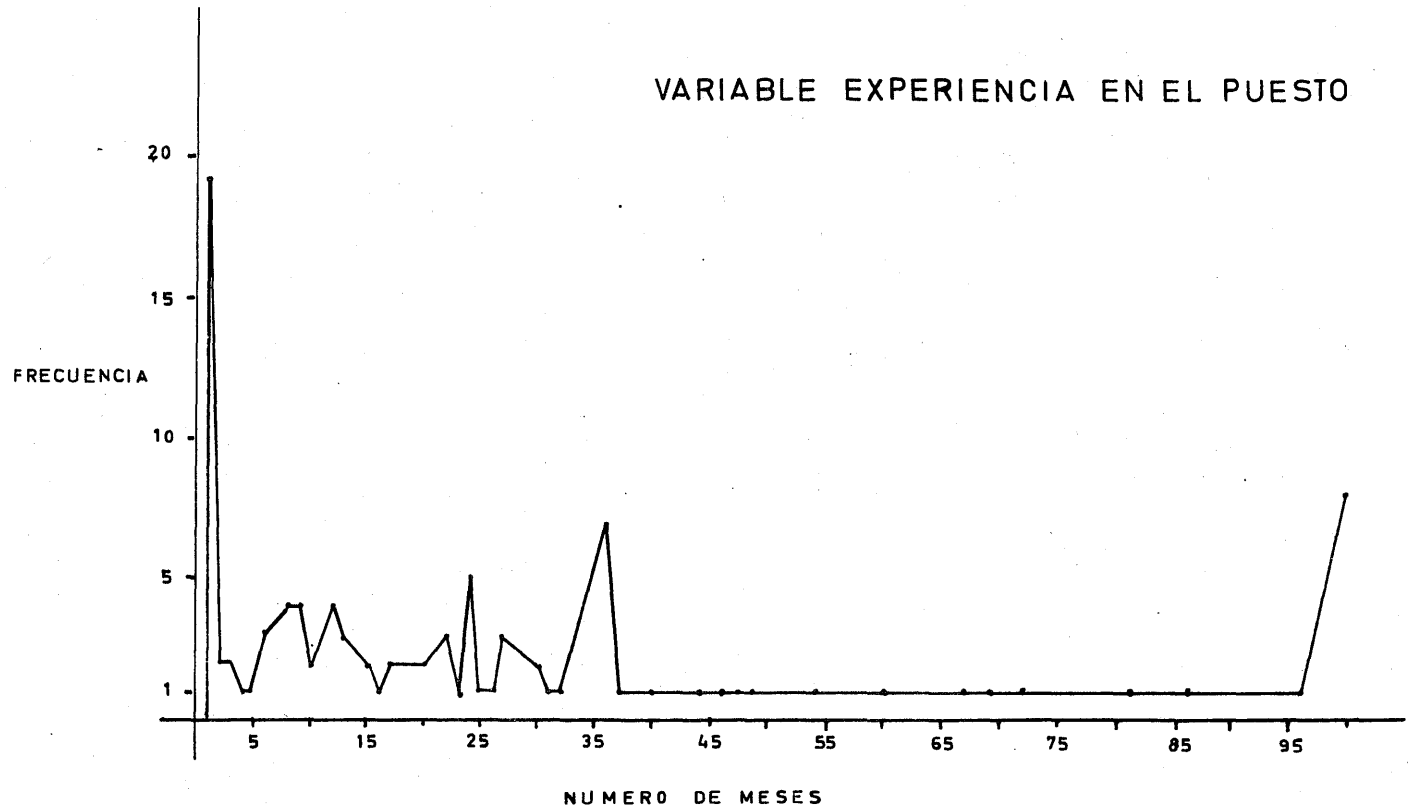




VARIABLE EMPLEOS ANTERIORES

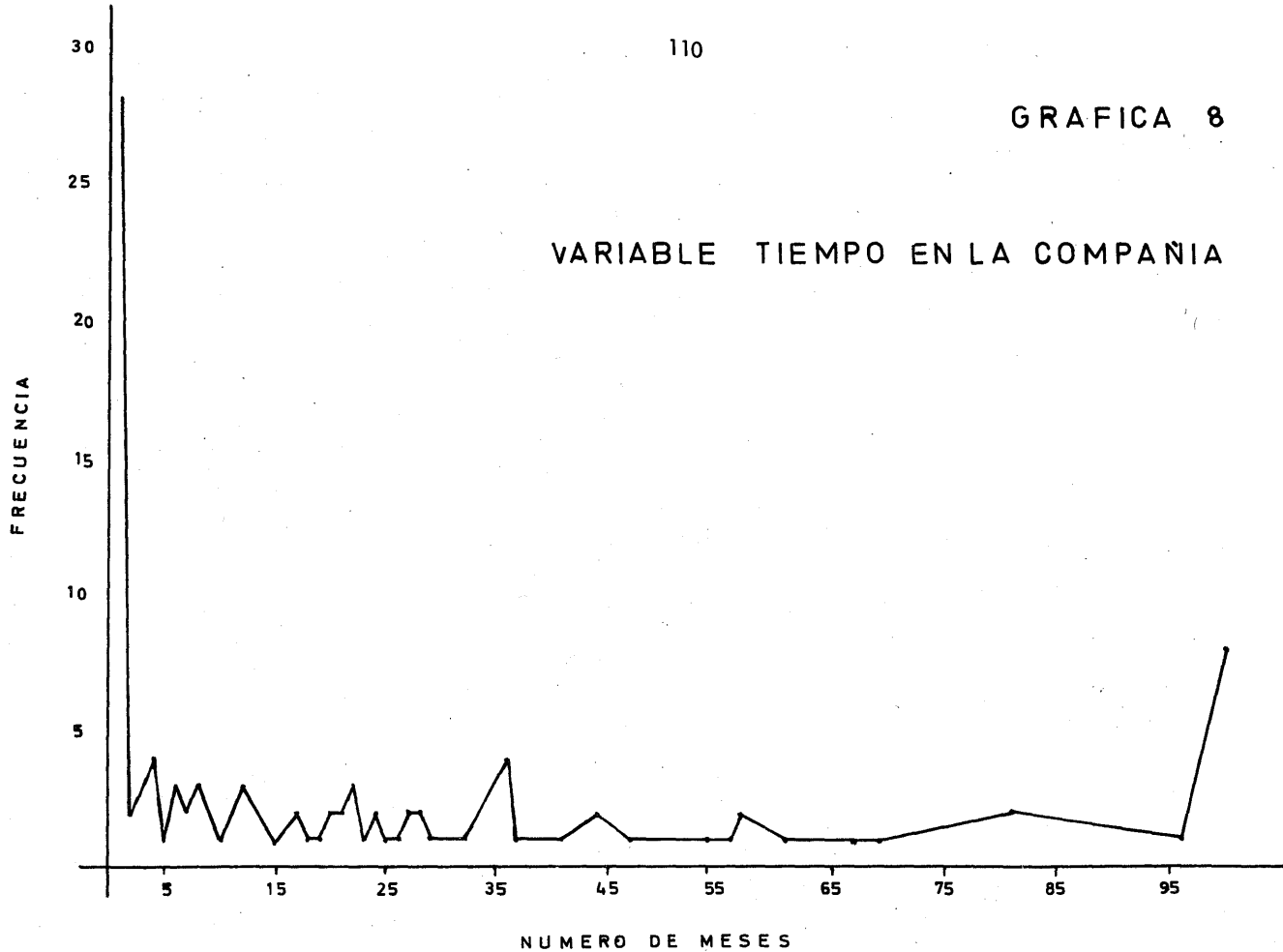


GRAFICA 7

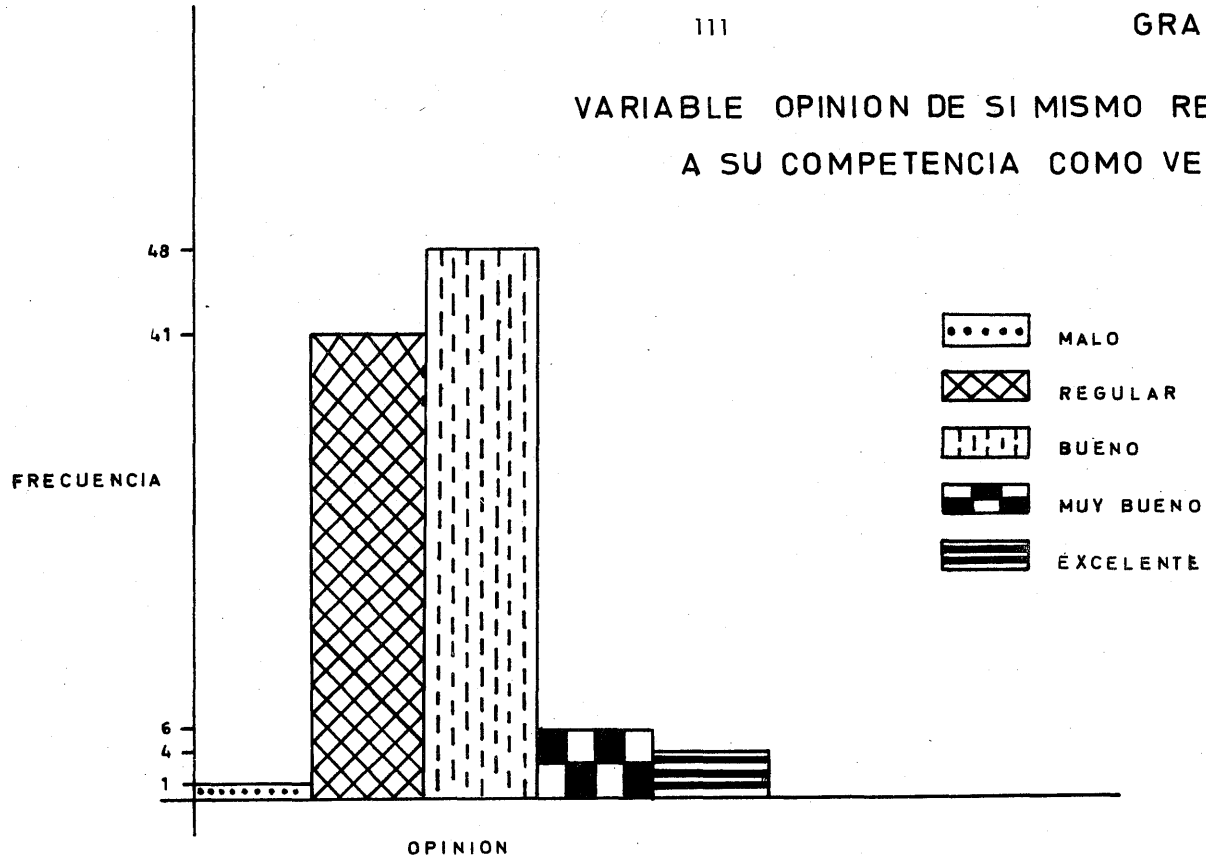


GRAFICA 8

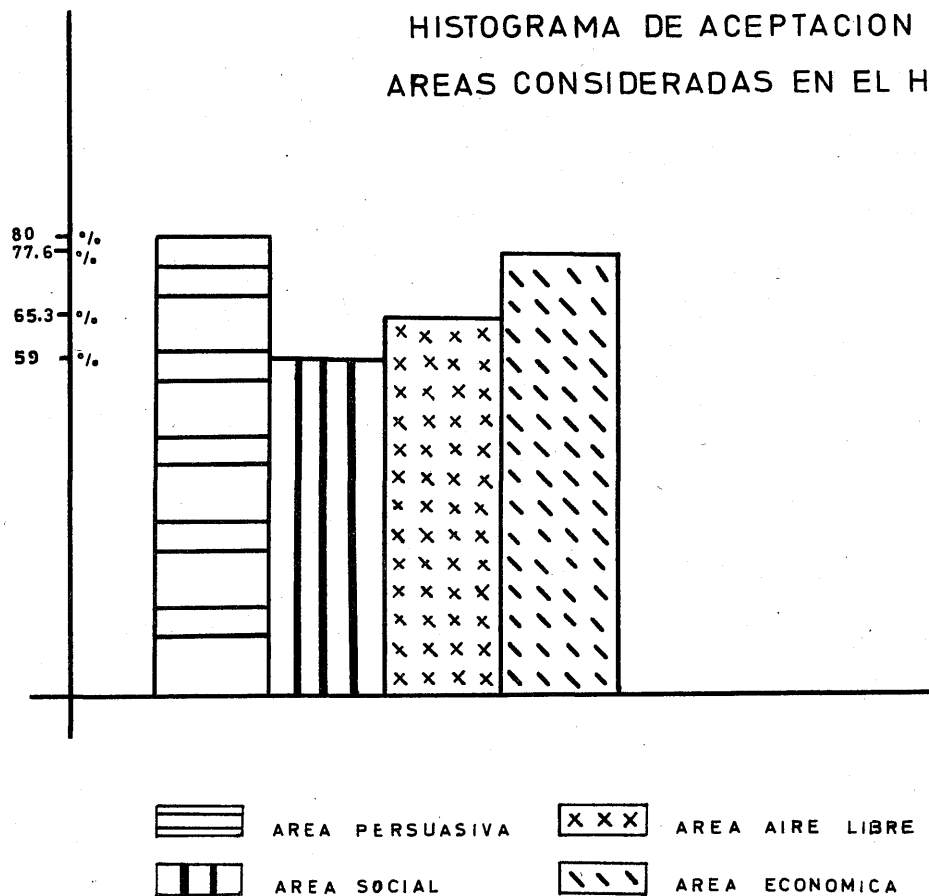
VARIABLE TIEMPO EN LA COMPANIA



VARIABLE OPINION DE SI MISMO RESPECTO  
A SU COMPETENCIA COMO VENDEDOR



### HISTOGRAMA DE ACEPTACION DE LAS AREAS CONSIDERADAS EN EL HARMON

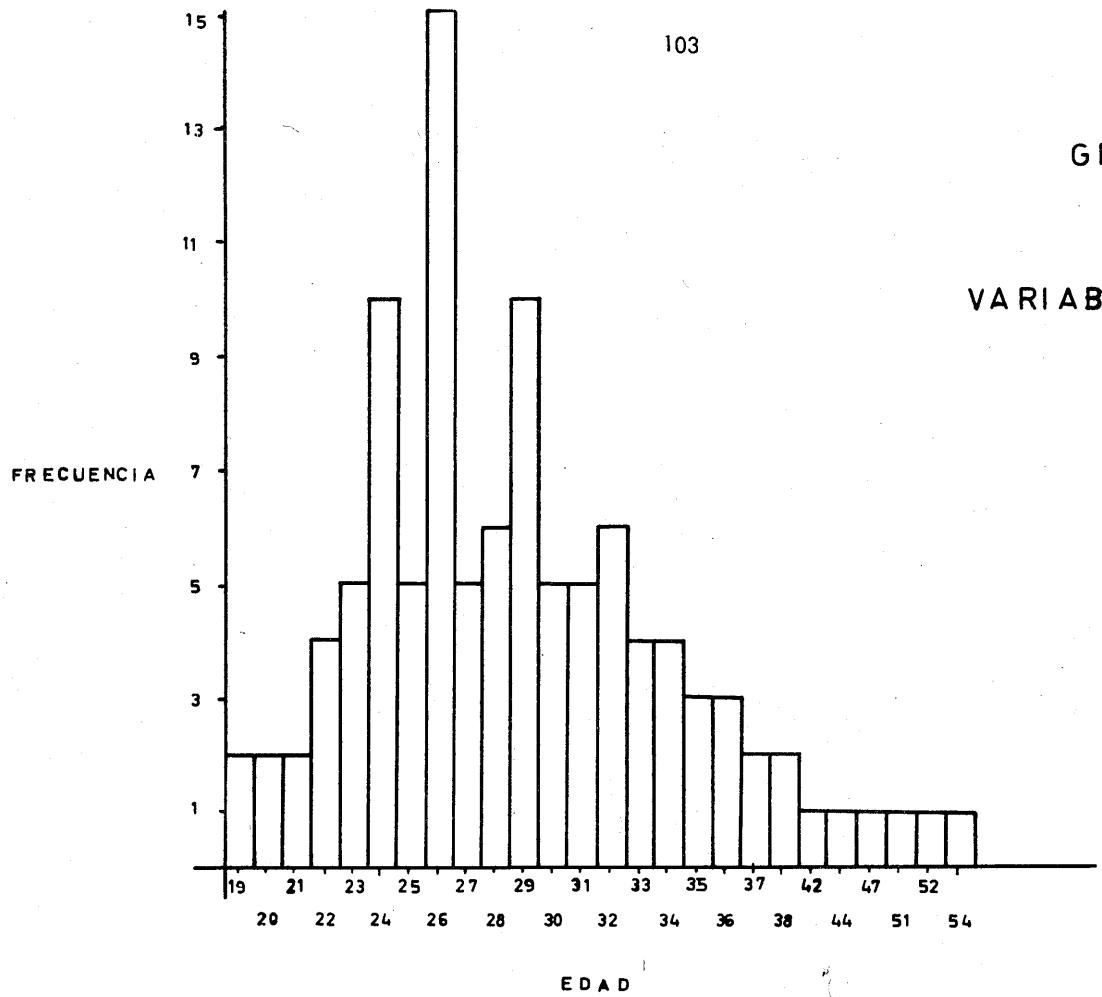




## C O D I G O

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
	1, 2, 3	No. del sujeto	
1	4, 5	Edad del sujeto	No. de años
2	6	Religión	1 - Otras
			2 - Católica
3	7	Estado Civil	1 - Soltero
			2 - Casado
			3 - Otros
4	8	Sueldo	1 - Hasta \$ 1,000.00
			2 - De \$1000.00 a 2000.00
			3 - De \$2000.00 a 3000.00
			4 - De \$3000.00 a 4000.00
			5 - De \$4000.00 a 5000.00
			6 - De más de \$5,000.00
5	9, 10	Escolaridad	Número de años estudiados
6	11	Empleos anteriores	Número de empleos
7	12, 13, 14	Experiencia en el puesto.	Número de meses trabajando

No. de Variable	No. de las columnas en las que se registraron las variables - en las tarjetas I.B.M.	Descripción de la variable	Calificación.
8	15, 16, 17	Tiempo trabajando en la Cía.	Número de meses.
9	18	Opinión de sí mismo, con respecto a su - competencia como - vendedor.	1 - Malo 2 - Regular 3 - Bueno 4 - Muy bueno 5 - Excelente
10	19, 20	Puntaje total del - Shore de cada su <u>je</u> to.	Número total de respuestas acertadas.
11	21, 22	Puntaje total interés social.	Número total de respuestas en el área social.
12	23, 24	Puntaje total interés Aire Libre.	Número total de respuestas en esta área.
13	25, 26	Puntaje total interés Económico.	Número total de respuestas en área económica.
14	27, 28	Puntaje total interés persuasivo.	Número total de respuestas área persuasiva.



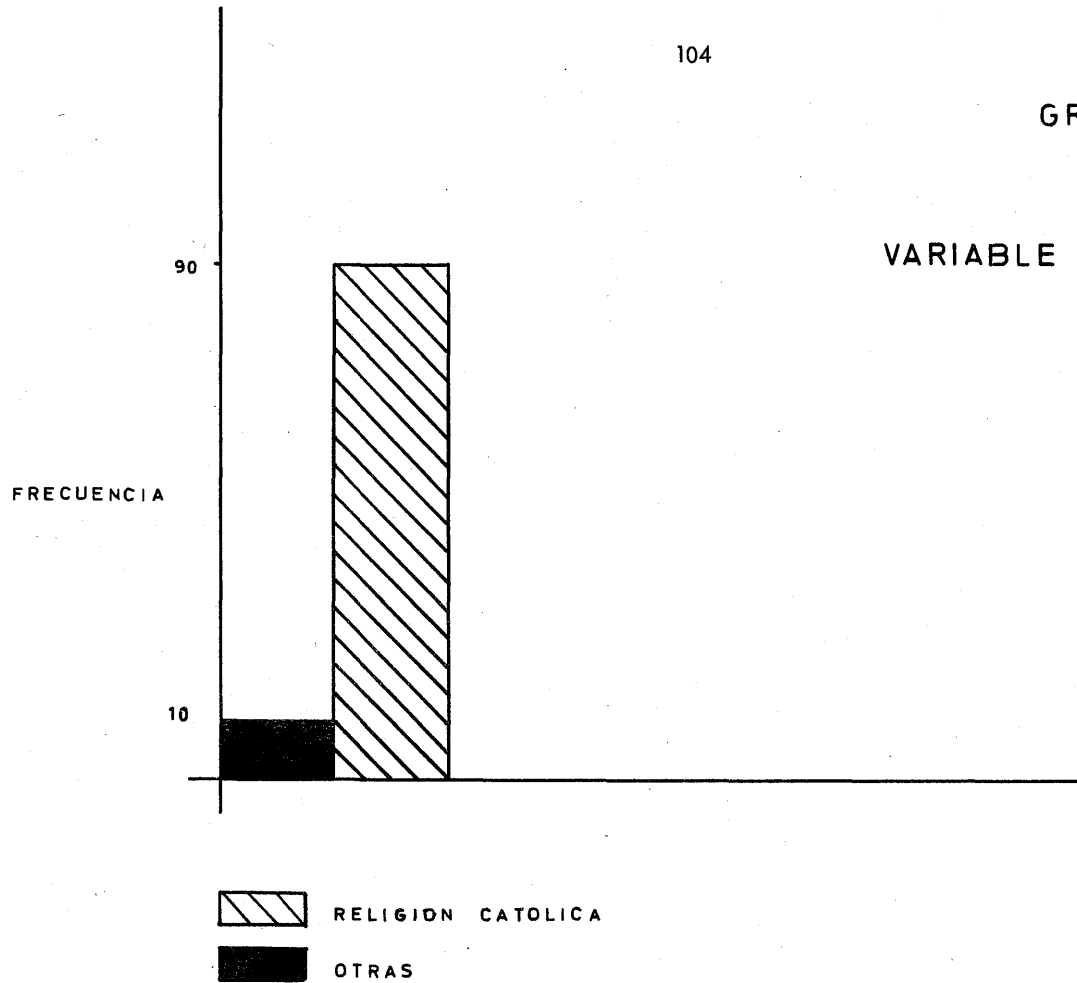
103

GRAFICA 1

VARIABLE EDAD

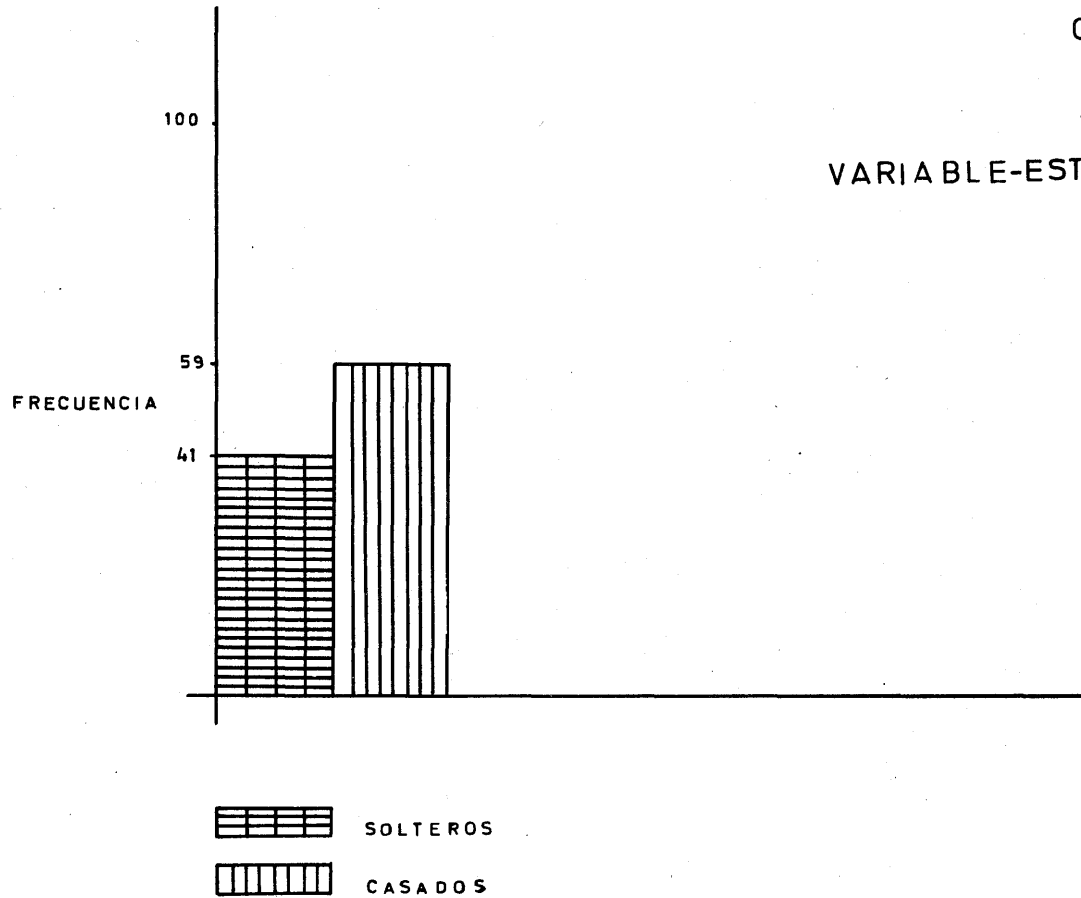
GRAFICA 2

VARIABLE RELIGION



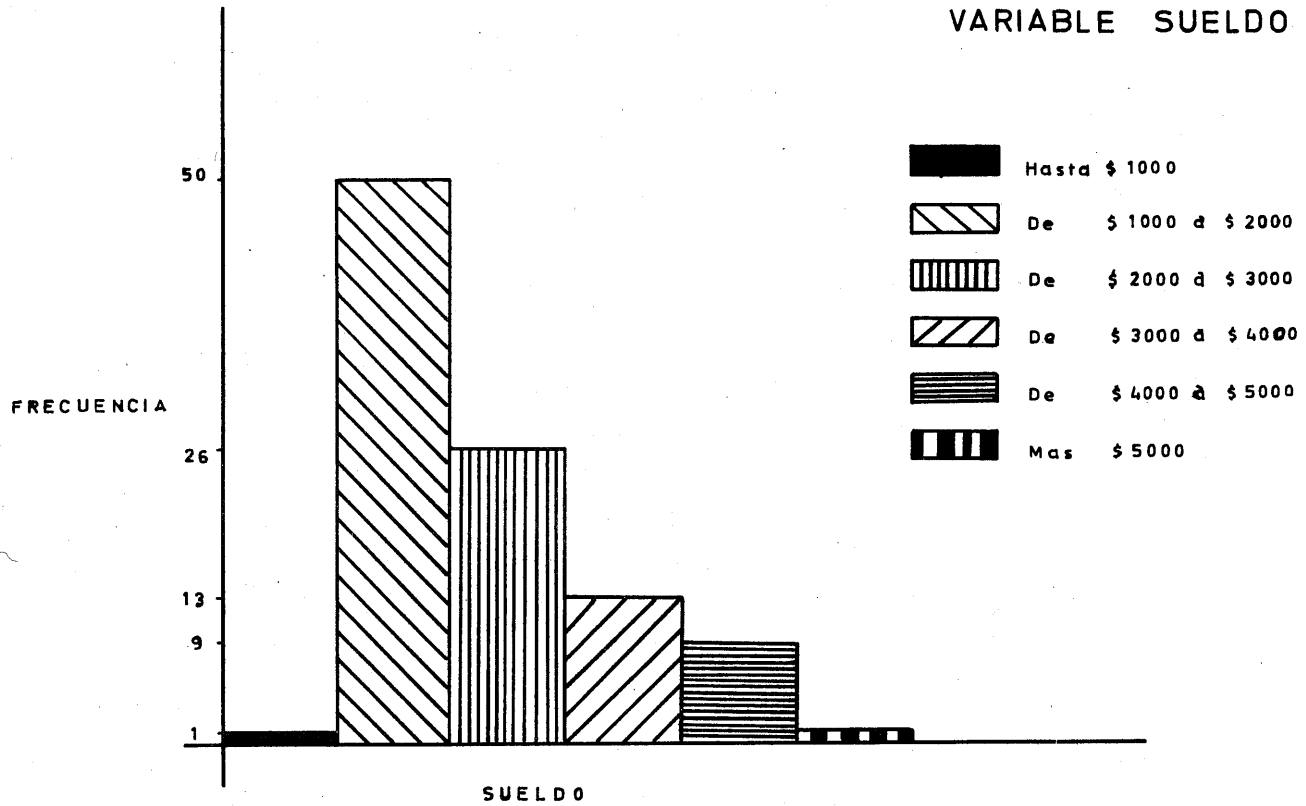
GRAFICA 3

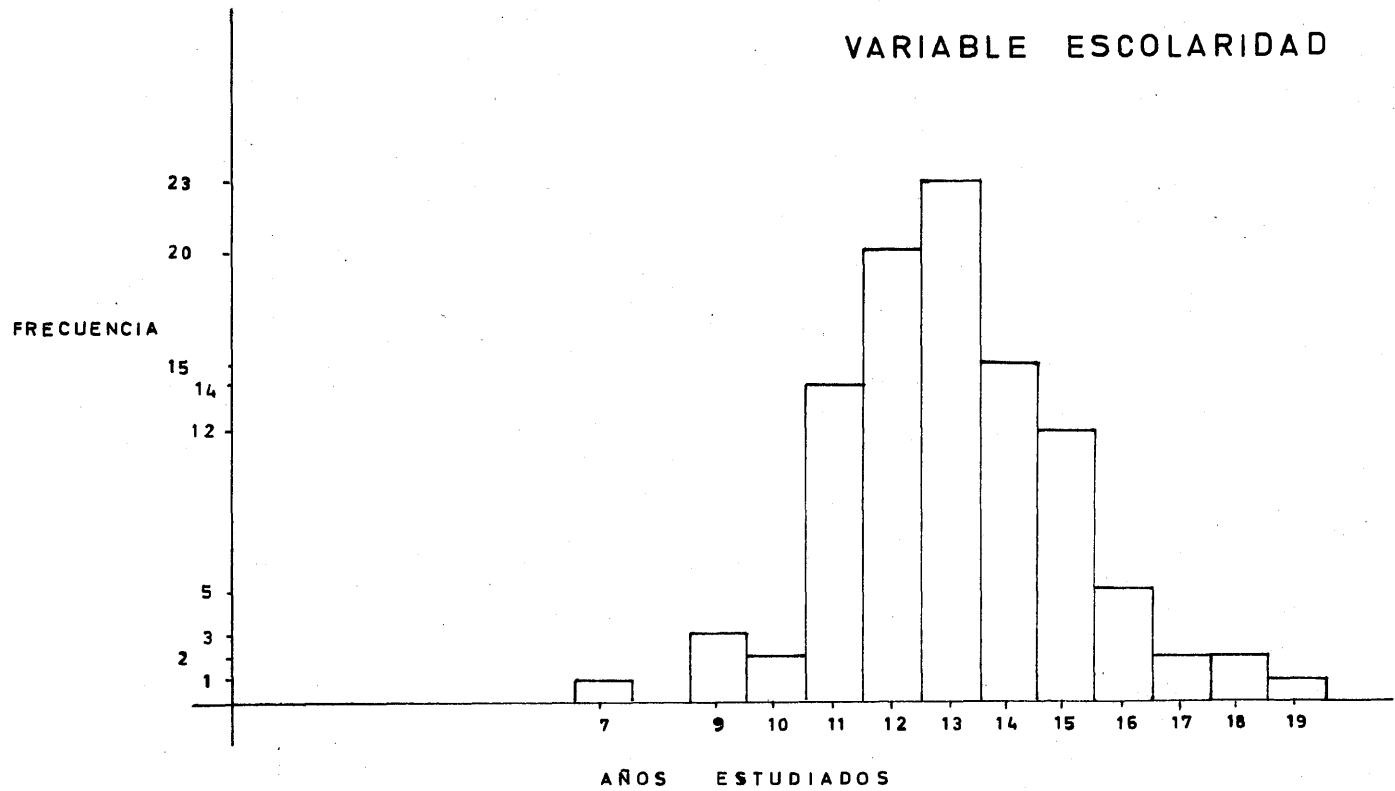
VARIABLE-ESTADO CIVIL

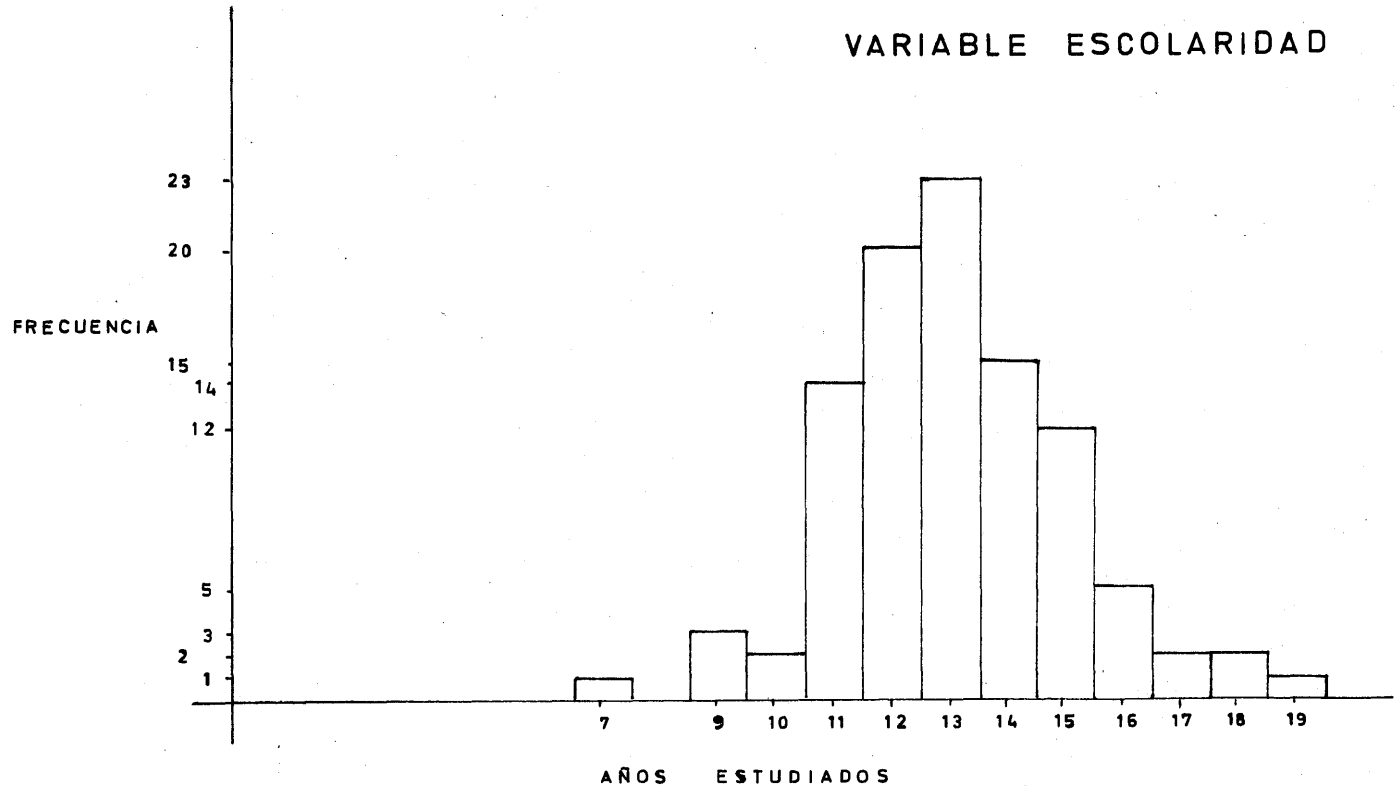


## GRAFICA 4

## VARIABLE SUELDO

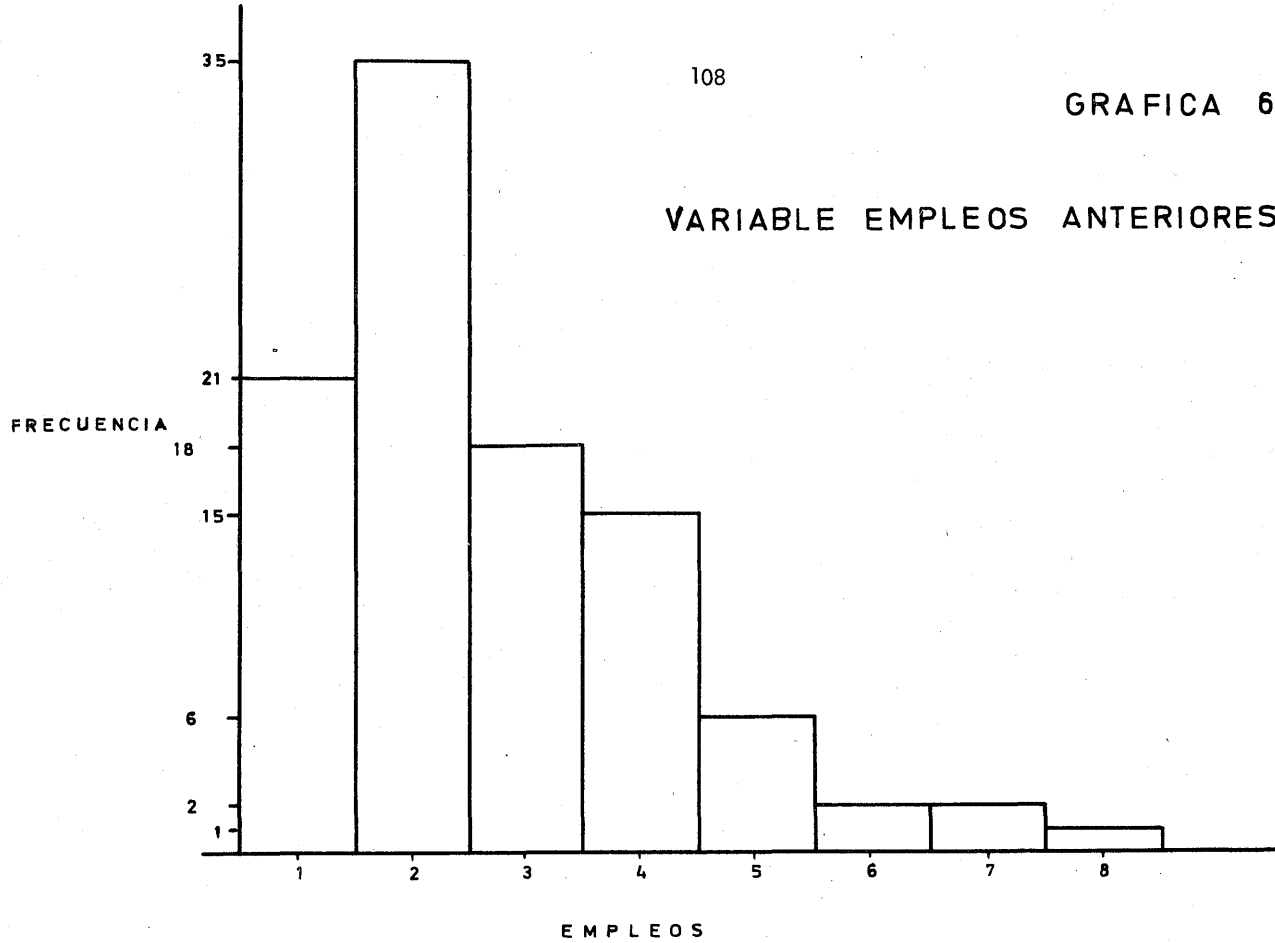




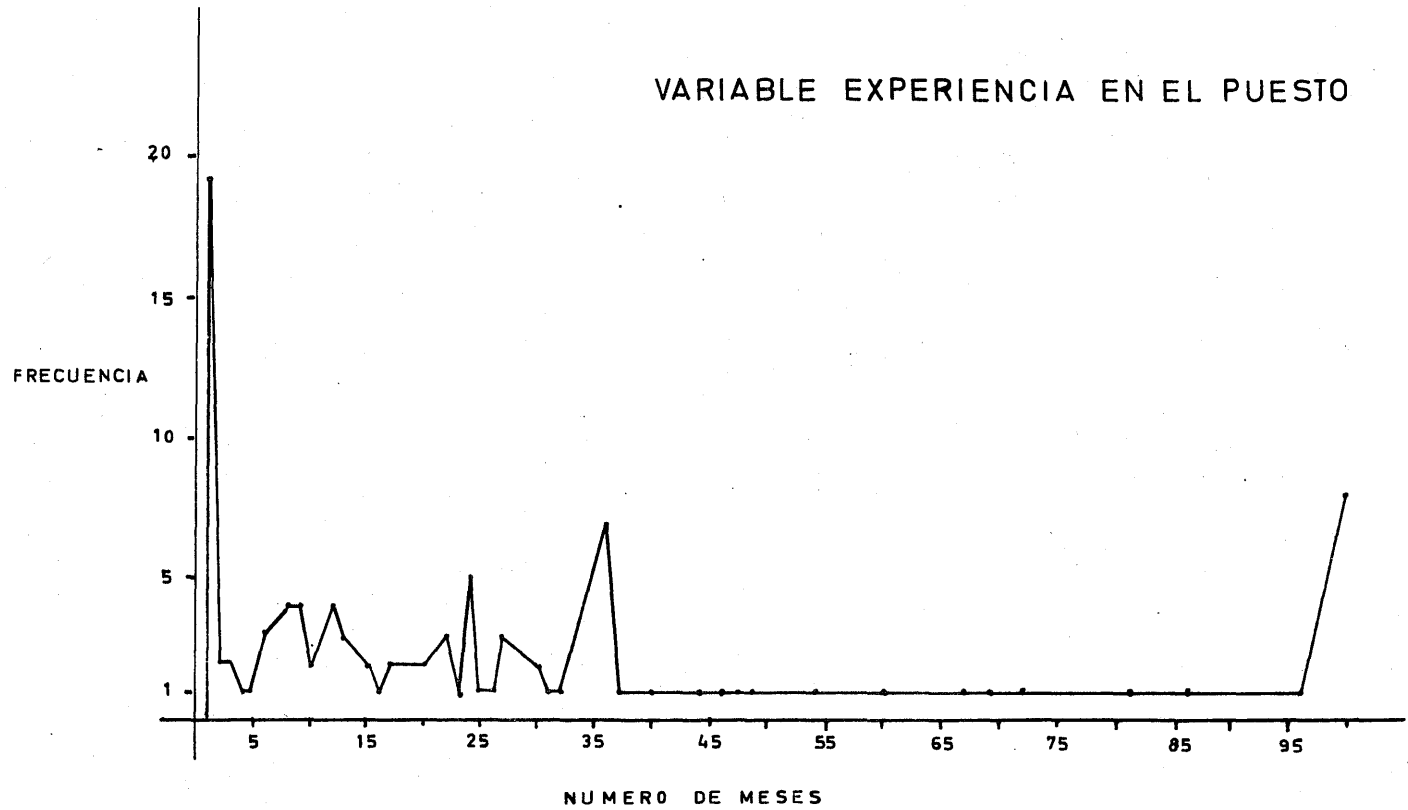




VARIABLE EMPLEOS ANTERIORES

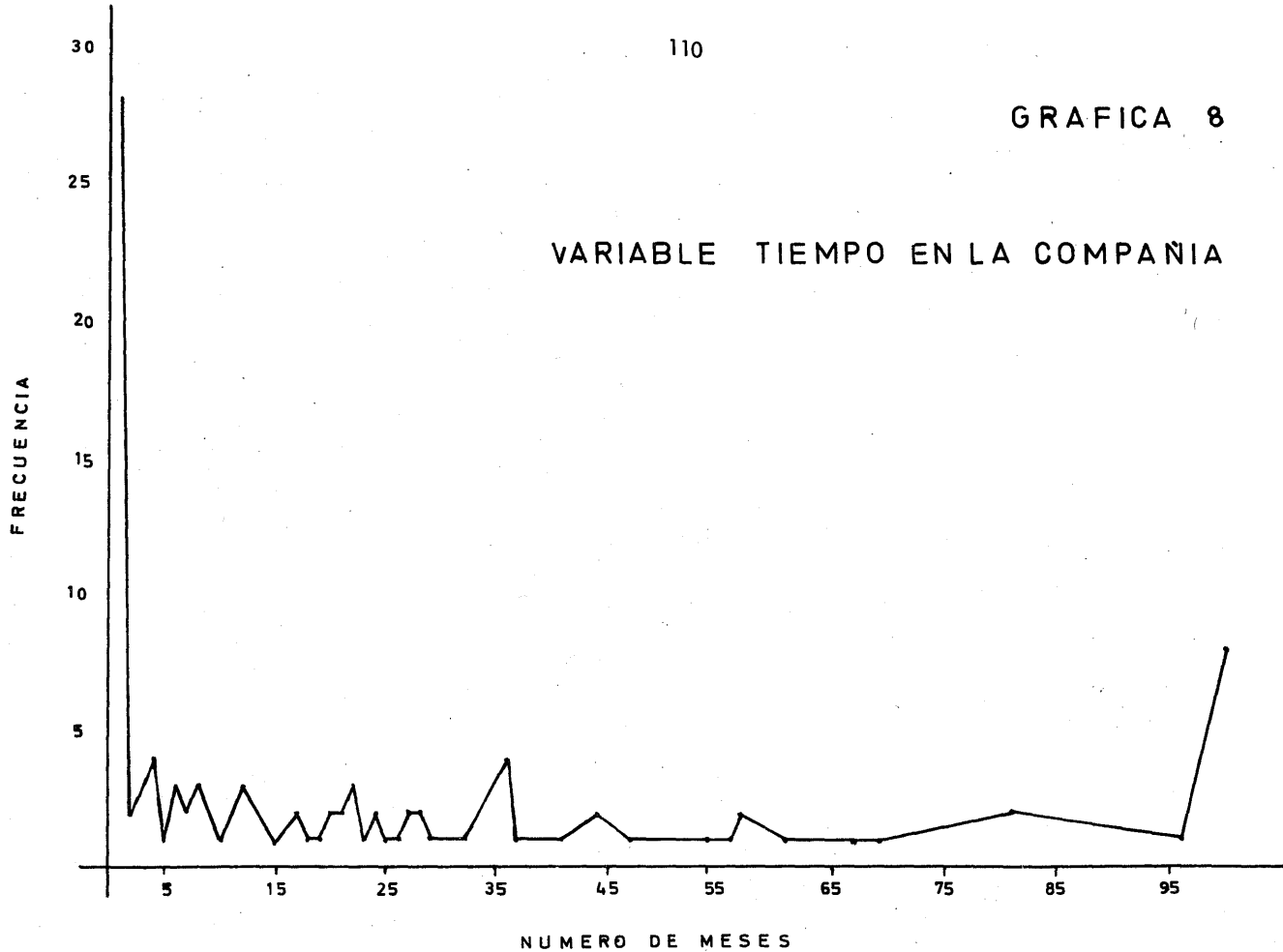


GRAFICA 7

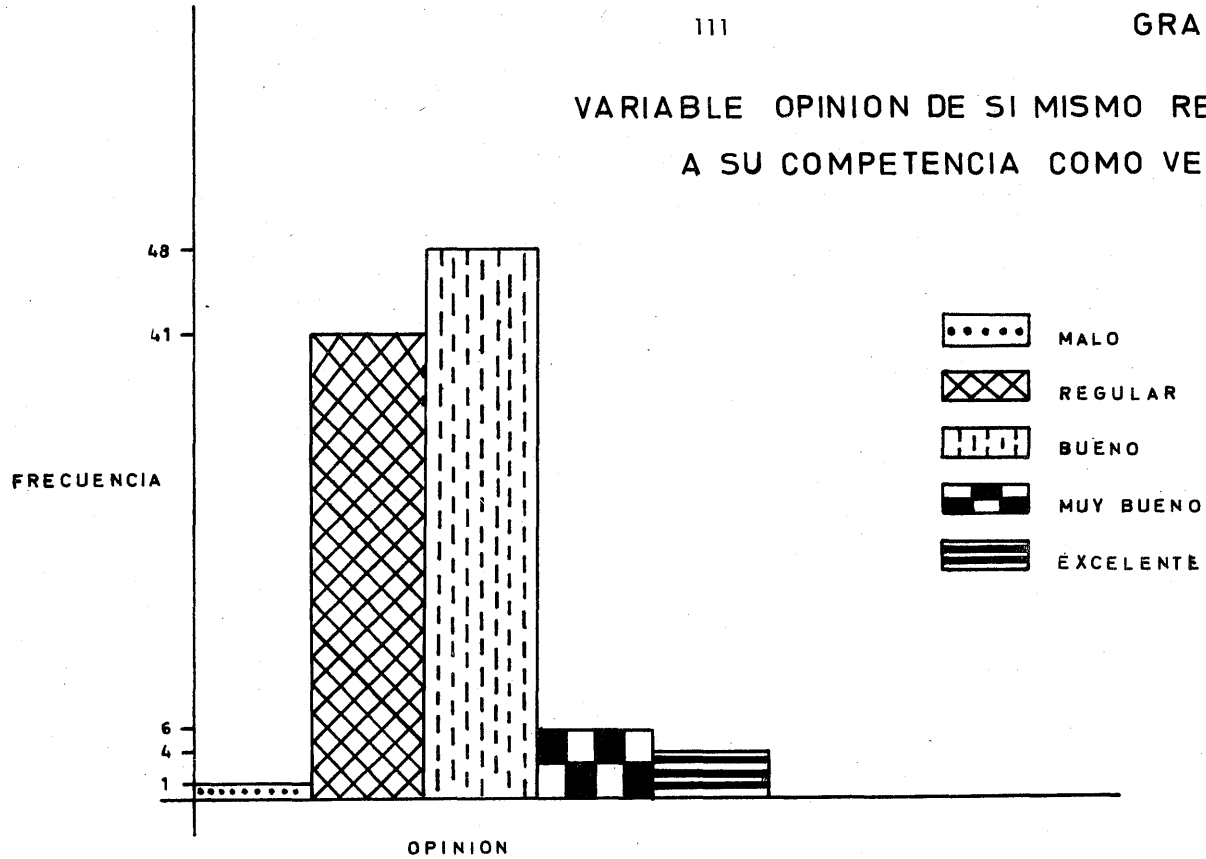


GRAFICA 8

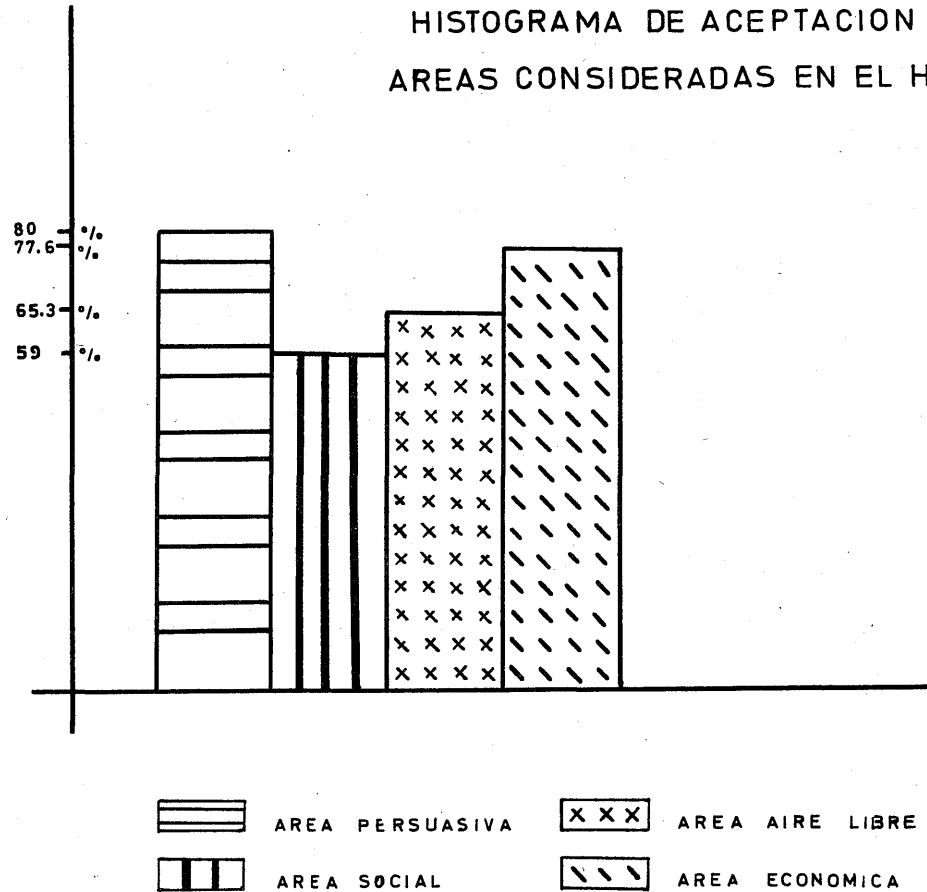
VARIABLE TIEMPO EN LA COMPANIA



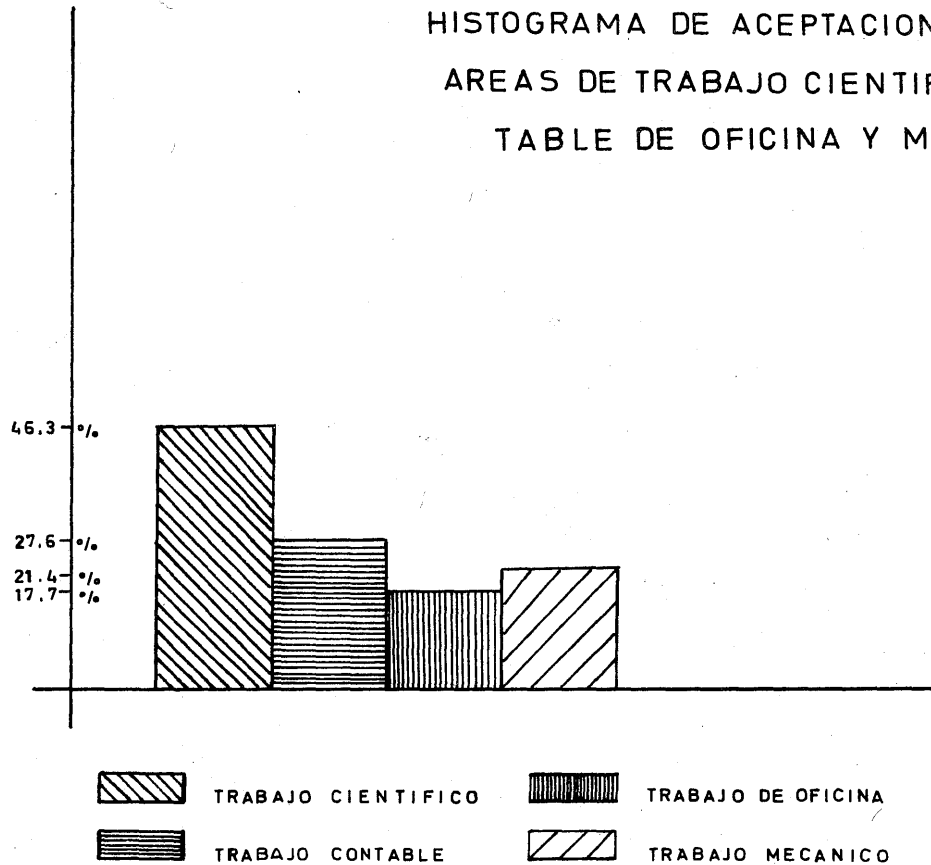
VARIABLE OPINION DE SI MISMO RESPECTO  
A SU COMPETENCIA COMO VENDEDOR



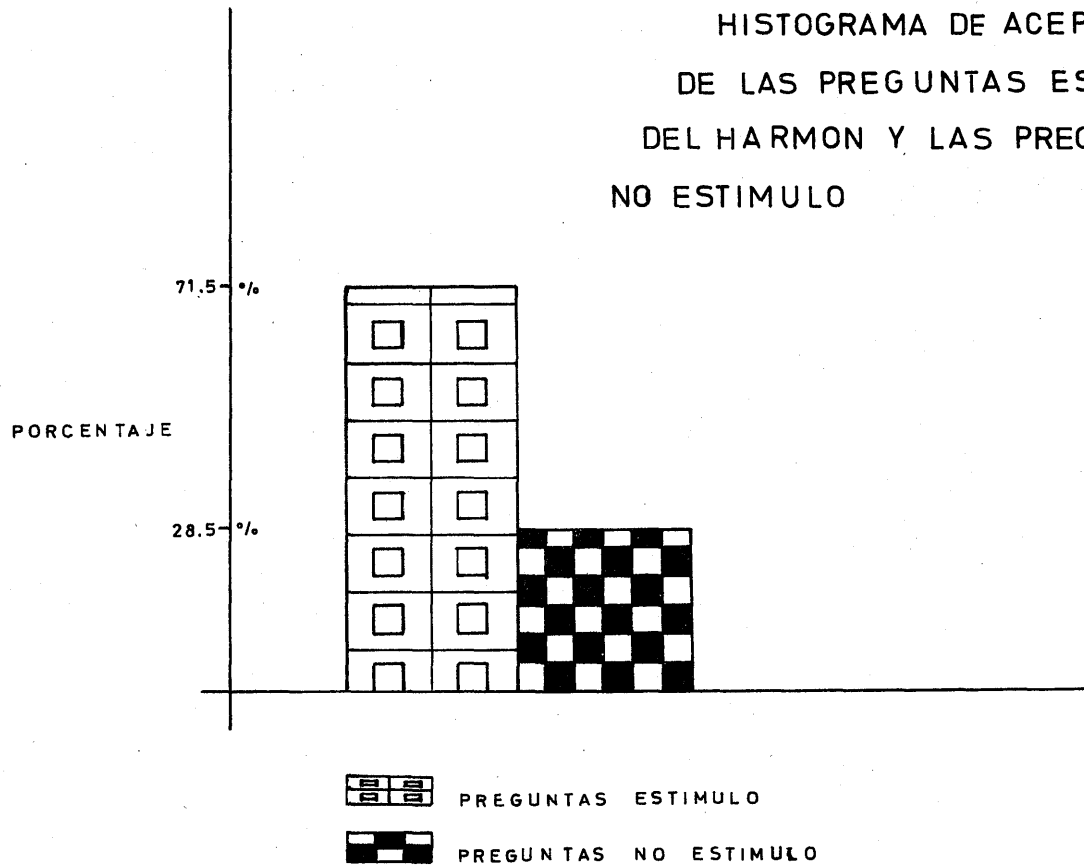
### HISTOGRAMA DE ACEPTACION DE LAS AREAS CONSIDERADAS EN EL HARMON



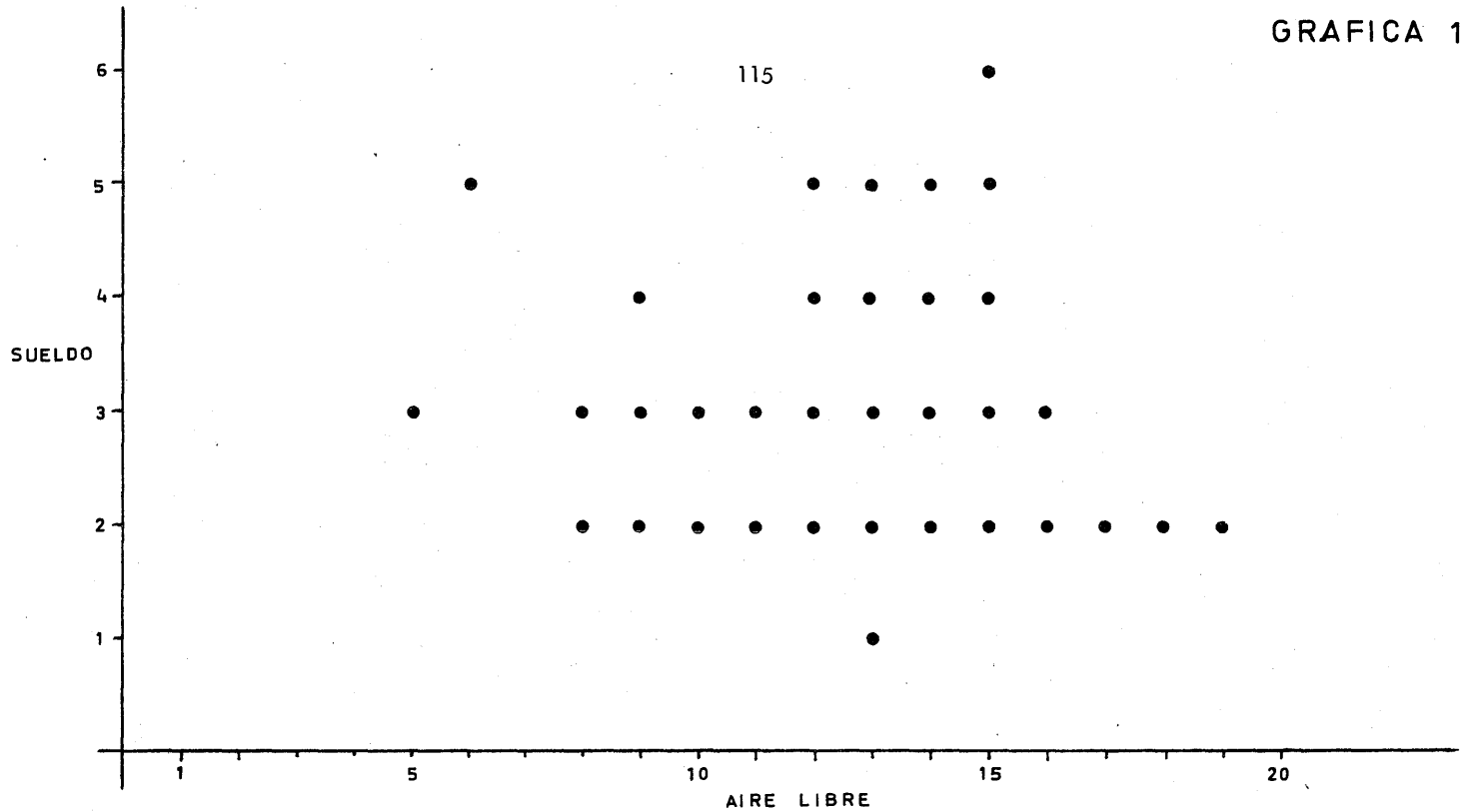
HISTOGRAMA DE ACEPTACION DE LAS  
AREAS DE TRABAJO CIENTIFICO CON-  
TABLE DE OFICINA Y MECANICO



HISTOGRAMA DE ACEPTACION  
DE LAS PREGUNTAS ESTIMULO  
DEL HARMON Y LAS PREGUNTAS  
NO ESTIMULO

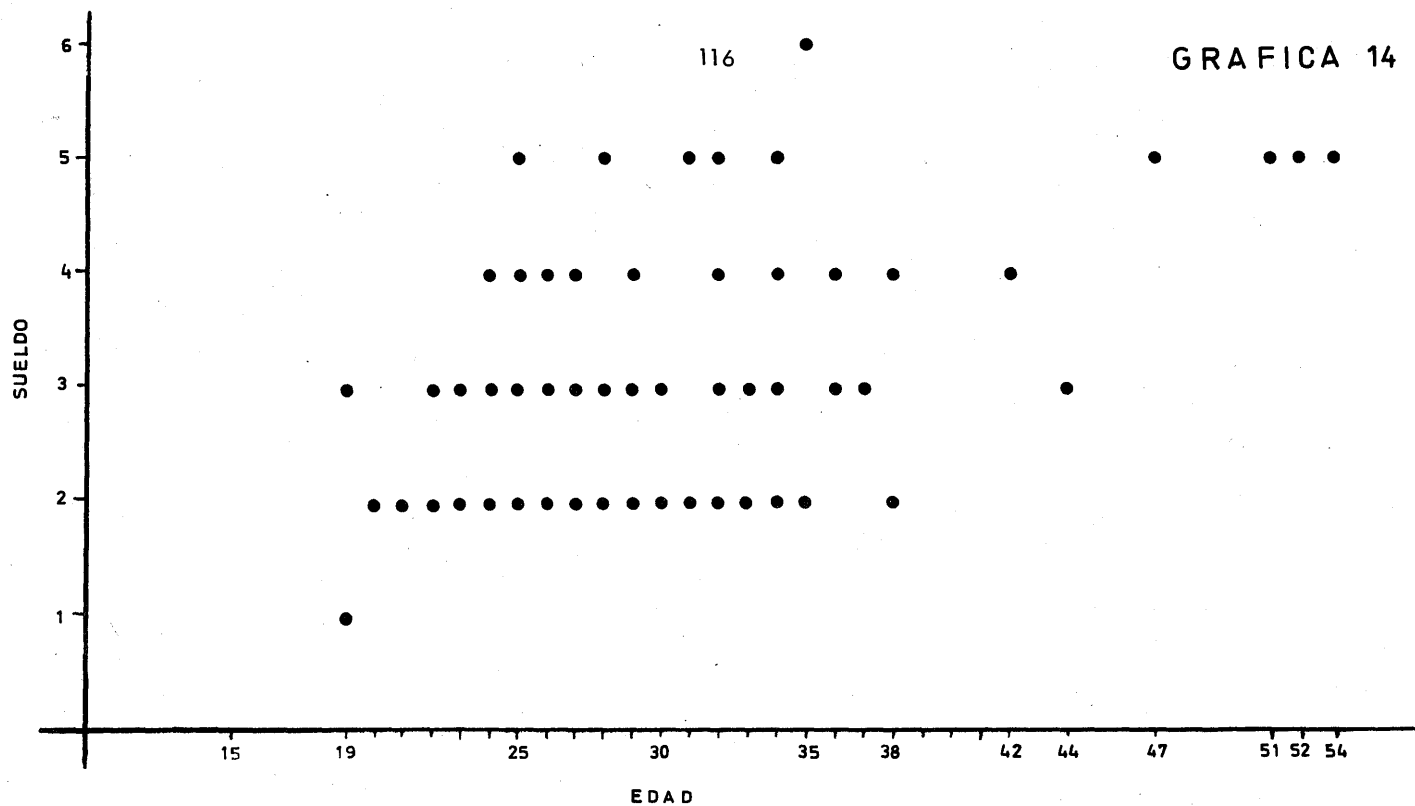


GRAFICA 13

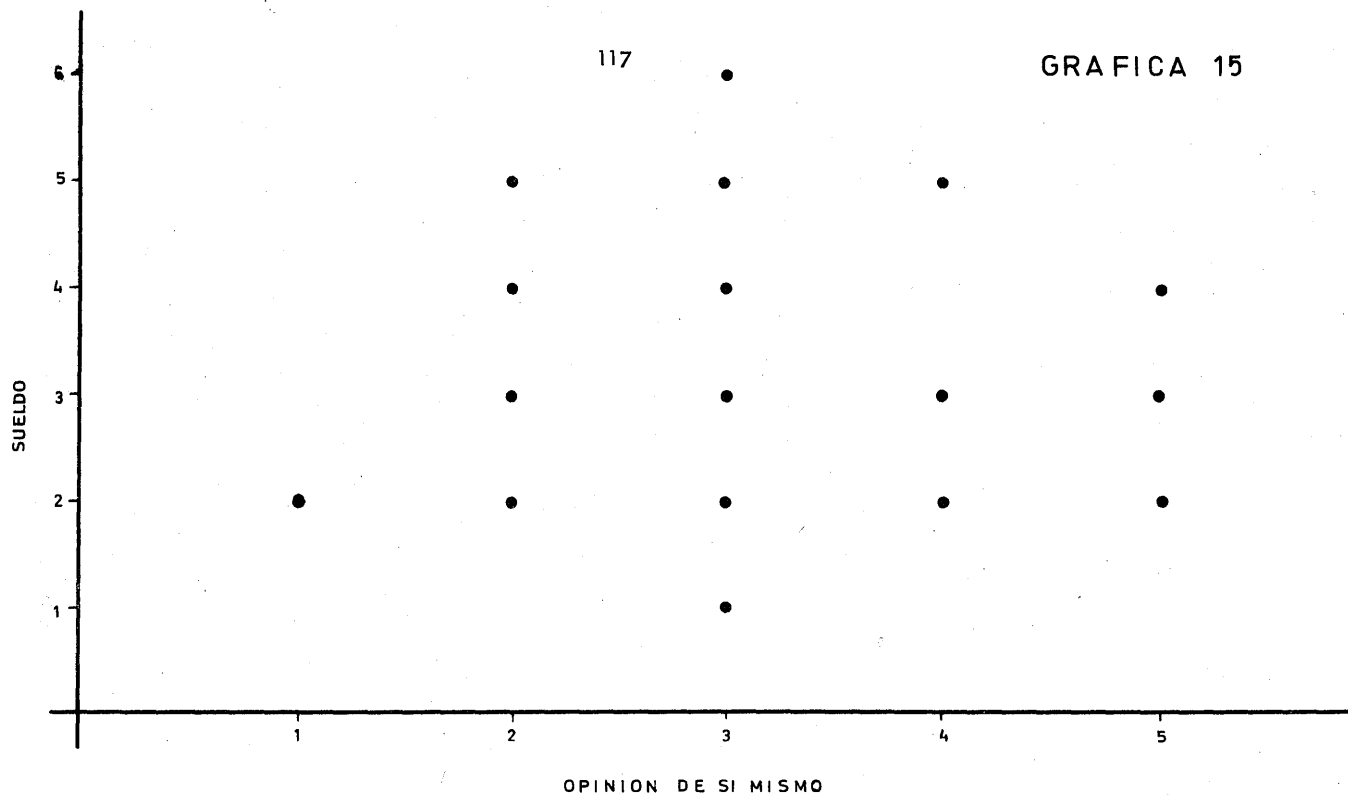


Grafica que muestra la correlacion de 0.5631 entre la variable 4= Sueldo y la variable 12= Labores al Aire Libre.

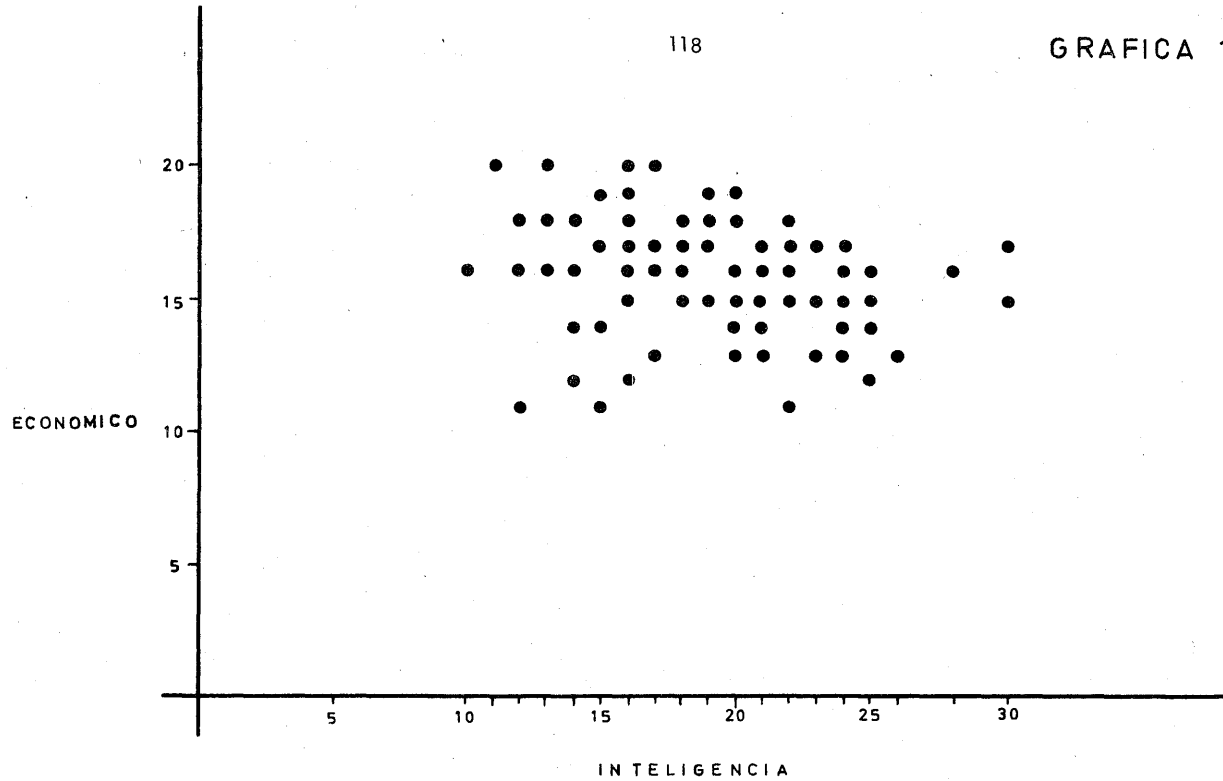




Grafica que muestra la correlacion de 0.4814 entre la variable 1 = Edad y la variable 4 = Sueldo.

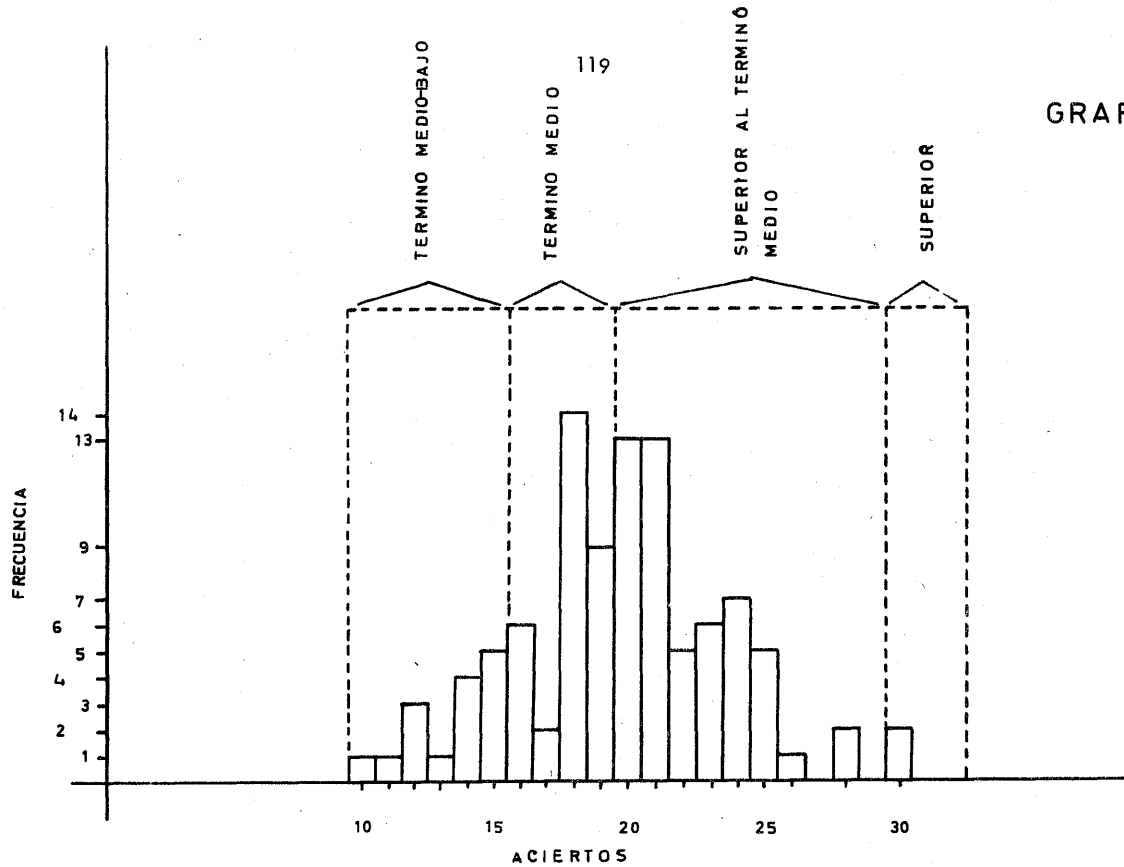


Grafica que muestra la correlacion de 0.4725 entre la variable 4= Edad y la variable 9 = Opinion de si mismo - como vendedor.



Grafica que muestra la correlacion de 0.4666 entre la variable 10= Inteligencia y la variable 13= Interes Económico.

GRAFICA 17



HISTOGRAMA QUE MUESTRA EL NIVEL DE INTELIGENCIA DE LOS AGENTES PROPANDISTAS ESTUDIADOS SEGUN LA PRUEBA SHORE FORMA II.

## BIBLIOGRAFIA

- Joseph Tiffin y Ernest J. Mc Cormick "Sicología Industrial".  
Editorial Diana, 1971 pag. 180.
- E. K. Strong Jr. "Vocational Interest Test",  
Educational Record 1927, Pags. 107,121.
- G. F. Kuder "The Stability of Preference Items"  
Journal of Social Psychology 1939,  
Pags. 19, 47, 50.
- A. J. Cardall "A Test Primary Business Interest Based-  
on a Funtional Ocupational Clasification"  
Educational and Psychological Measure -  
Ments. 1942. Pags. 2, 113, 138.
- Laurence Siegel "Psicología Industrial"  
Compañía Continental, S. A. 1971,  
Pags. 162, 163.
- J. L. Hughes y W. J. Mc. Namara "Limitations on the use of Strong Sales-  
Keys for Selection and Counselling",  
Journal of Applied Psychology. 1958 -  
Vol. XLII, Pags. 93, 96.
- Ruth Valencia de la Rosa "Estudio Psicométrico de dos Pruebas Vo-  
cacionales." 1972  
Tesis Profesional U.N.A.M.
- Nohemi Bejarle Palacios "Conceptos de Interés, su valor, su uso  
y algunas Técnicas para su medición en  
el campo de la Orientación Vocacional".  
1970 Tesis Profesional U.N.A.M.

- Enrique Maldonado González "Discusión respecto al Empleo de Pruebas Psicotécnicas para la Selección en el - Campo Industrial" 1964 Tesis Profesional Universidad Labastida Monterrey, N. L.
- Harry D. Kitson. Objectives and Problems of Vocational - Guidance. Pag. 259 21, Editado por - Edwin A. Lee Mc. Gran Hill Book Com - pany Inc. New York, 1938.
- Shirley A. Hamrin y Clifford E. Erick- -son. Guidance in Public Secondary School. Pag. 1-2. Appleton - Century - Crofts. Nueva York. 1939.
- Arthur E. Traxler Guidance in Public Secondary School P. XI. Educational Records Bureau, Nueva York. 1939.
- Gregorio Fingerman Lecciones de Psicología Pedagógica. Librería "El Ateneo", Buenos Aires 1958. Cap. XXIII.
- José Mallart "Orientación Funcional y Formación Pro- fesional." Editorial Espasa Calpe, S. A.; Madrid 1946, Págs. 43 y 47.
- Matías López Chaparro Educación Educativa y Vocacional. Manuales de Estudio, 1962, Pag. 63.
- Howard C. Warren, Editor Diccionario de Psicología. 1960. Fondo de Cultura Económica, Pag. 186.
- Salvat Editores, S. A. Enciclopedia Salvat Diccionario. 1971. Tomo 7, Pags. 1842, 1843.
- Lee J. Cron Bach Fundamentos de la Exploración Psicológica. Biblioteca Nueva Madrid 1963. Pag. 425.
- Magdalena Mijares López. Trabajo de Investigación de las Formas de Kuder Psicología U. I. A.

- Road Stanford C. Luchas de la Adolescencia Masculina, Editorial Francisco Beltrán. Madrid 1931, Cap.XIV.
- Milton M. Mandell "Selección de Vendedores" 1962, Ediciones Rialp, S. A. Pags. 11, 12, 30, 31, 86, 93.
- J. N. Griffith "A proved plan improving the selection of salesman". Marketing series No. 76 Pag. 80, American Management Association Nueva York. 1949.
- K. Buros Gryphon Press, Editor The fourth mental measurements year - book. Press, Hinghland Park. N. J. 1953 pag. 823.
- Veronille "Test mentales significado, uso y valor". Editorial Kapelusz y Cía. Buenos Aires 1948.
- Bela Szekely "Los Tests" primera parte Editorial Kapelusz 1962. Buenos Aires, Paidos 1961.
- Teresa del Carmen Vargas. "Estudio comparativo entre 2 grupos de Agentes Vendedores de Seguros con la Prueba de Valores de Allport, Vernon, Linday." 1969. Tesis Profesional UNAM.
- Magnusson David. Teoría de los Tests. Editorial F. Trillas, S. A. 1969.
- Pierre Pichot, Los Tests Mentales Editorial Paidos 1963.
- Dorothy Adkins Wood "Elaboración de Tests Psicológicos" Editorial F. Trillas, S. A. México 1965.



Ricardo Antonio Rivera Soler.

"Estructura y Elaboración de Pruebas para Selección de Personal".

Editorial Limusawiley, S. A. México 1968.

Dr. E. Claparede

"Como diagnosticar las aptitudes en los escolares" Traducción de Alejandro Gil Fagoada. Editorial Aguilar 1964.

Luis Herrera y Monte

"Elementos de Estadística aplicada a la interpretación de las pruebas objetivas". Instituto Nacional de Pedagogía. México. 1950.

Bennett, C. A. Franklin, N. L.,

"Statrotical Analysis in Chemistry and - Chemical Industry". John Wiley & Sons, New York, 1954.

Dixon, W.J., Massey, F. T.

"Introduction to Statical Analysis", Mc. Gram-hill Book Company New York 1957.

Mood, A. M.

"Introduction to the teory of Statistics", Mc Gram-Hill Book Company, New York, 1950.

F. J. Mc Guigan

Psicología Experimental. Editorial Trillas, México, 1972.

Allport Gordon

"Psicología de la Personalidad" ( Trad. - M. Murmis), Buenos Aires, Paidos, 1961.