

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA, RELACIONES INDUSTRIALES Y CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA



**“RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTILOS DE LIDERAZGO EN
PERSONAS EMPRENDEDORAS DE UNA RED DE MERCADEO EN LA
CIUDAD DE AREQUIPA”**

Tesis Presentada por las bachilleres:

BAÑOS NINA, INGRID UBALDINA

USCAMAYTA HUAMANÍ, YÚRICO

Para optar el Título Profesional de PSICÓLOGAS.

AREQUIPA – PERÚ

2018

PRESENTACIÓN

SEÑOR RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN

**SEÑOR DECANO DE LA FACULAD DE PSICOLOGÍA RELACIONES
INDUSTRIALES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**SEÑOR DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA
SEÑOR PRESIDENTE DEL JURADO DICTAMINADOR**

SEÑORES CATEDRÁTICOS MIEMBROS DEL JURADO DICTAMINADOR

Muy respetuosamente nos dirigimos a ustedes con el propósito de presentar a vuestra consideración el trabajo de investigación que lleva como título **“RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTILOS DE LIDERAZGO EN PERSONAS DE UNA RED DE MERCADEO DE LA CIUDAD DE AREQUIPA”**., con el cual pretendemos obtener el título profesional de psicólogas.

Esperamos que la presente investigación contribuya al conocimiento y sirva de partida para futuras investigaciones que permitan profundizar el tema, así como corroborar los resultados presentados.

Arequipa, Junio del 2018

Bachilleres:

BAÑOS NINA, INGRID UBALDINA

USCAMAYTA HUAMANÍ, YÚRICO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia en especial a mi madre Gerarda. Quien fue modelo e inspiración y sin su ayuda y consejo, hubiera sido difícil lograr esta etapa.

Ingrid

A mis padres Adán y Anatolia por ser mi mayor inspiración para la realización de todos mis anhelos y por apoyarme siempre.

Yúrico

AGRADECIMIENTO

A nuestra Alma Mater, la Universidad Nacional de San Agustín, a la Escuela Profesional de Psicología y a cada uno de los catedráticos que nos brindaron toda su experiencia, conocimiento y profesionalismo.

A las personas que nos ayudaron con la resolución de los cuestionarios, que gracias a ellos se pudo llevar adelante esta investigación.

Para todos ellos, nuestra gratitud y agradecimiento infinito

Ingrid y Yúrico.

RESUMEN

El presente estudio lleva por título “rasgos de personalidad y estilos de liderazgo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa”. La investigación realizada fue de tipo descriptivo, el diseño es no experimental, transversal correlacional. Se utilizó el muestreo no probabilístico intencional. La muestra analizada estuvo conformada por 180 distribuidores de una red de mercadeo de Arequipa, los mismos que se encuentran laborando activamente y que cuenten con una antigüedad de un año de permanencia en la organización. Para la recolección de datos se aplicaron dos pruebas psicométricas, los cuales son: Test de estilos de liderazgo de Kurt Lewin y el test Neoffi de McCrae y Costa. Esta investigación tiene como objetivo correlacionar los rasgos de personalidad y estilos de liderazgo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa, encontrando los siguientes resultados: se encontró una correlación directamente proporcional entre el factor extraversión con el estilo de liderazgo laissez faire ($r=0.161$; $p<0.05$), esto nos indica que estas personas son altamente sociables, tienen un alto grado de interacción, son personas que no influyen en absoluto en la toma de decisiones, ni intentan formar parte del trabajo de grupo o participar en su actividad, pero si reúnen toda la información necesaria y raramente hacen comentarios sobre los resultados. Por otro lado, se encuentra una correlación inversamente proporcional entre el factor responsabilidad y el estilo democrático ($r= -0.162$; $p<0.05$), estas personas son exitosas a través de la planificación deliberada, la persistencia en el logro de sus objetivos y se caracterizan por ser confiables, pero dejando de lado la democracia y las decisiones no las toman en grupo.

Palabras clave: personalidad, liderazgo y network marketing

ABSTRACT

The present study is titled "Personality Traits and Leadership Styles in enterprising people of a marketing network in the Arequipa city". The research carried out was descriptive, the design is non-experimental, cross-correlational. An intentional non-probabilistic sampling is used. The analyzed sample consisted was of 180 distributors of a marketing network in the city of Arequipa, the same ones who are actively working and who have a seniority of one year of permanence in the organization. For the data collection, two psychometric tests were applied, which are: Kurt Lewin's leadership style test and the Neoffi test by McCrae and Costa. This research aims to correlate the personality traits and leadership styles of e enterprising people in a marketing network in the city of Arequipa, finding the following results: A directly proportional correlation between the extraversion factor and the laissez faire leadership style ($r = 0.161$, $p < 0.05$), these results tell us that these people are highly sociable, have a high degree of interaction, They are people who have no influence whatsoever on decision making, nor do they try to be part of group work or participate in their activity, but if they gather all the necessary information and rarely comment on the results. On the other hand there is an inversely proportional correlation between the responsibility factor and the democratic style ($r = -0.162$; $p < 0.05$), these people are successful through deliberate planning, persistence in achieving their objectives and are characterized for being reliable, but leaving aside democracy and decisions do not take them as a group.

Keywords: personality, leadership and network marketing

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1: Variable 1 rasgos de personalidad	12
Cuadro 2: Variable 2 estilos de liderazgo	12

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1: Factor Neuroticismo en relación al sexo	55
Tabla N° 2: Factor Extraversión en relación al sexo	56
Tabla N° 3: Factor Apertura en relación al sexo	57
Tabla N° 4: Factor Amabilidad en relación al sexo	58
Tabla N° 5: Factor Responsabilidad en relación al sexo	59
Tabla N° 6: Estilo de Liderazgo en relación al sexo	60
Tabla N° 7: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo	61
Tabla N° 8: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en relación al sexo femenino	62
Tabla N° 9: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en relación al sexo masculino	63

INDICE

	Pág.
PRESENTACIÓN	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
LISTA DE CUADROS	vi
LISTA DE TABLAS	vii

CAPITULO I

INTRODUCCION	1
1. Planteamiento del Problema	4
2. Hipótesis	6
3. Objetivos	6
4. Importancia del Estudio	7
5. Limitaciones del Estudio	11
6. Definición de Términos	11
7. Variables e Indicadores	11

CAPITULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

1. La personalidad en la historia de la psicología	13
A) Definiciones de personalidad	14
B) La teoría de los rasgos: Genética de la personalidad	15
C) Teoría de los rasgos	17
a) Gordon Allport: La naturaleza de la personalidad.....	17
b) Raymond Cattell: La teoría de la personalidad.....	19

c) Hans Eysenck: Las dimensiones de la personalidad.....	21
d) El modelo de los cinco factores de personalidad: Costa y McCrae.....	23
2. Liderazgo	27
A) Definición de liderazgo	27
B) Funciones del liderazgo	28
C) Importancia del liderazgo	29
D) Capacidades deseables en un líder	30
a) Capacidad técnica	31
b) Capacidad humana	31
c) Capacidad para trabajar con otras personas	31
d) Capacidad intelectual	31
E) Teorías del liderazgo.....	32
a) Teoría de rasgos	32
b) Teoría de comportamiento del liderazgo	33
c) Teoría del liderazgo por contingencia	33
d) Teoría integral del liderazgo	34
F) Estilos de liderazgo (Lewin, 1939)	34
a) Autoritario.....	35
b) Democrático.....	35
c) Laissez-Faire o Liberal	36
3. Redes de Mercadeo	37
A) Red de mercadeo o network marketing	37
B) Historia de network marketing	38
C) Liderazgo en network marketing	40
a) Formación de un líder en network marketing	40
b) Características del líder de network marketing	40
D) Los siete pilares del éxito en network marketing.....	42
E) Herbalife	43
a) Aspectos importantes sobre Herbalife	44
b) Plan de marketing	45
c) El proceso de Herbalife.....	45
d) Escalera del éxito de Herbalife	46

CAPITULO III METODOLOGÍA

	Pág.
1. Tipo y Diseño de Investigación	48
2. Muestra/ Sujetos	48
3. Material/ Instrumentos	49
4. Procedimientos	53

CAPITULO IV

RESULTADOS	54
------------------	----

CAPITULO V

1. DISCUSIÓN	64
2. CONCLUSIONES	68
3. RECOMENDACIONES	70
4. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	71
APÉNDICE: Instrumentos	76
A. Instrumento de Personalidad NEO-FFI	77
B. Inventario de Estilos de Liderazgo	81
C. Solicitud dirigida a la Organización HERBALIFE	85

CASOS

CASO Nro. 1 PSICOLOGÍA CLÍNICA

1. Anamnesis	88
2. Examen Mental	94

3. Informe Psicométrico	97
4. Informe Psicológico	100
5. Plan Psicoterapéutico	105
Anexos.....	113

CASO Nro. 2 PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

1. Rama de la Organización	117
2. Actividades Desarrolladas	117
A. Procedimientos de Selección de Personal “Analista de Recursos Humanos”	117
a) Requerimiento de personal	118
b) Recepción del análisis y perfil del puesto	118
c) Reclutamiento	118
d) Evaluación curricular	118
e) Aplicación de Pruebas psicotécnicas	119
f) Entrevistas de Selección	119
g) Verificación de referencias laborales y elaboración de informes	120
h) Examen médico	128
i) Decisión de contratar	128
Anexos	129

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

King y Robinson (2006) precisan que en la actualidad estamos presenciando la sostenida destrucción de la economía del empleo tradicional, en la que los trabajadores venden su tiempo a cambio de dinero, su experiencia, conocimiento y habilidades a cambio de estabilidad laboral, cumpliendo un horario establecido por el empleador u organización; esta estructura tradicional está siendo reemplazada por una economía única y con interconexión masiva.

Esta nueva economía genera abundancia de nuevas oportunidades, para muchos es un sustituto exitoso de las compensaciones que solían encontrar en el empleo tradicional, en particular, seguridad de ingresos a largo plazo, progreso constante, reconocimiento permanente de sus logros y apego a una misión emocionalmente satisfactoria. Junto a estos valores, también encuentran recompensas rara vez vistas en sus ocupaciones anteriores como: libertad de tiempo, horarios flexibles y la satisfacción de desarrollar un negocio por cuenta propia, un negocio que deje espacio y fortalezca a su familia.

Algunas personas comprenden estos cambios y están modificando sus estrategias para generar riqueza e ingresos de acuerdo al nuevo esquema.

Por lo que es conveniente analizar la relación entre personalidad y liderazgo, podría parecer lógico pensar que la personalidad de un individuo influye positivamente en el estilo que presenta a la hora de liderar a un grupo humano; debido a que este estilo es parte del comportamiento de cada individuo y este, según algunos estudios está positivamente influenciado por la personalidad, Torres (2013).

El liderazgo es un tema crucial hoy en día en donde las fronteras se han abierto al comercio global y se ha expandido la interconexión masiva, generando un problema mayor a la sociedad, como la falta de dirección, planeación, ejecución y control de actividades que pretenden el desarrollo de un grupo y el logro de las metas en común.

Es ahí en donde se hace necesario, que surjan personas capacitadas y motivadas para facilitar procesos de cambio y desarrollo social. Una de las razones para que este atributo sea utilizado como un marco de referencia, es que el comportamiento es una función de la personalidad; es decir, lo que una persona hace, está en función de lo que la persona es. A lo largo de la historia es justamente el ser humano quien ha creado los escenarios que constituyen el mundo, pero también es él quién los modifica en la medida que asume una mentalidad emprendedora, con acciones que marcan rumbos en la vida propia, Manosalvas (2017).

A la economía del país le interesa que las personas generen ingresos, sean exitosos y rentables, con el fin de lograr el movimiento económico, minimizando el desempleo; según la medición del Global Entrepreneurship Monitor (2014), indica que Perú ocupa el segundo lugar en América Latina en la tasa de la actividad emprendedora con un 28,8 %. Siendo Ecuador quien se posiciono como líder con un 32,6% de TEA.

Viendo las estadísticas anteriores es necesario que los psicólogos organizacionales se enfoquen a investigar la personalidad y el estilo de liderazgo,

factores que influyen en el éxito personal, también considerados importantes para el éxito y crecimiento de las personas. Por lo tanto, la presente investigación busca determinar la correlación que existe entre la personalidad y el estilo de liderazgo de las personas de una red de mercadeo de la ciudad de Arequipa.

1. Planteamiento del Problema

Según Torres (2013) cada día nos enfrentamos a un mundo desafiante, cuyos problemas exigen personas capaces de afrontar nuevos retos emprendedores que más allá de adaptarse sean capaces de transformar su entorno favorablemente. Es necesario desarrollar una nueva visión, reflexiva, capaz de generar nuevos pensamientos, de saber quiénes somos y a donde vamos, de valorar el mundo y todo lo que conlleva su transformación en lugar más justo, productivo y solidario.

En los últimos años posiblemente fomentado por la intensa crisis y como parte de la solución al elevado nivel de desempleo, el emprendimiento y todo lo que gira a su alrededor se ha convertido en un objeto de enorme interés desde el ámbito empresarial, administrativo y académico, Rubio y otros (2014).

En la actualidad existe un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, como por su contribución para atenuar los problemas de desempleo, y de mejora de la competitividad de las regiones.

Según la medición del Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2014), que evalúa a 73 países, los que representan el 72,4% de la población mundial. Indica que La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA, por sus siglas en inglés) del Perú fue igual a 28,8%, la segunda más alta de la región, al superar al resultado de Bolivia (27,4%) y Chile (26,6%). No obstante, con un 32,6% de TEA, Ecuador se posicionó como el líder de América Latina y cuarto a escala mundial, Diario el Comercio (2015).

La industria de la venta directa puede ser un fenómeno estadounidense originalmente, pero ha crecido hasta tener un impacto significativo en la economía mundial. A nivel mundial, la industria de venta directa generó casi \$ 184 mil millones en ingresos en 2015, sin contar a China, que está en camino de sobrepasar a los EE.UU. y convertirse en el mayor mercado de venta directa del mundo. La industria de la venta directa contribuye a la economía mundial. Apoyando a propietarios y trabajadores de

las pequeñas empresas promoviendo el crecimiento de las pequeñas empresas y el empleo de los propietarios de pequeñas empresas y los trabajadores. Más de 100 millones de personas fuera de China trabajan como representantes de ventas directas, de acuerdo con la información de La Federación Mundial de Venta Directa (WFDSA), Lorem (2017).

Paes (2002) citado por Sousa (2013) nos dice que el network o MML es una de las formas de negocio de más rápido crecimiento en los últimos años en casi todo el mundo. Para la mayoría de los entendidos que estudian tendencias de mercado, el Multinivel es una opción para los negocios familiares y para las grandes empresas una alternativa de reducir la distancia entre los proveedores de productos o servicios y el consumidor final. Explica también que cualquier persona puede tener su propio negocio, que no hay necesidad de una experiencia anterior, u otras referencias que lo acrediten pues el éxito va a depender de quien lo ponga en práctica, personas prudentes y que no tengan miedo al fracaso.

La personalidad es una combinación de rasgos que definen el comportamiento de un individuo, siendo también influyentes en el éxito personal; Sánchez (2010), considera que los emprendedores poseen rasgos característicos que los predisponen a actuar de manera emprendedora.

El liderazgo también es un tema crucial hoy en día en donde las fronteras se han abierto al comercio global, pues el mayor problema de la sociedad es la falta de dirección, planeación, ejecución y control de actividades que pretendan el desarrollo de un grupo y el logro de unas metas en común. El meollo del asunto se encuentra básicamente en la falta de liderazgo y de personas con falta de talento para la conducción de personas. Es ahí en donde se hace necesario, que surjan personas capacitadas y motivadas para facilitar procesos de cambio y desarrollo social. Una de las razones para que este atributo sea utilizado como un marco de referencia, es que el comportamiento es una función de la personalidad; es decir, lo que una persona hace, está en función de lo que la persona es, Manosalvas (2017).

Por lo antes expuesto, actualmente la sociedad está inmersa en un mercado global y la idea de aumentar el número de emprendedores en la sociedad, resulta interesante, debido que los emprendedores constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países y regiones para activar la economía del país, dado sus excelentes resultados para disminuir el impacto del desempleo y promover el espíritu emprendedor, es necesario ampliar el conocimiento de la psicología, se hace necesario determinar si los rasgos de personalidad se asocian con los estilos de liderazgo, de allí que la presente investigación va dirigida a resolver la siguiente interrogante:

¿Qué relación existe entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en personas emprendedoras en redes de mercadeo en la ciudad de Arequipa?

2. Hipótesis

Existe una correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en personas emprendedoras que pertenecen a una red de mercadeo de la ciudad de Arequipa.

3. Objetivos

A) Objetivo General

Determinar la correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa.

B) Objetivos Específicos

- a) Identificar los rasgos de personalidad en relación al sexo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa.
- b) Identificar los estilos de liderazgo en relación al sexo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa.

c) Correlacionar los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en relación al sexo en personas emprendedoras de una red de mercadeo en la ciudad de Arequipa.

4. Importancia del Estudio

Durante los últimos dos años, la tasa de actividad emprendedora (TEA) se mantuvo estable o aumentó en aproximadamente dos tercios en todas las economías encuestadas. A nivel regional, Europa registra las tasas más bajas de TEA, siendo en Italia, Alemania, y Bulgaria en donde caen por debajo del 5 %; mientras que Latinoamérica y el Caribe, junto a África, encabezan la lista con los valores más altos de actividad emprendedora en etapa temprana. En la innovación a nivel regional, la tasa más alta se encuentra en América del Norte, con un 39 %, y más baja en África, con un 20 %. Sin embargo, existen ejemplos destacables en los que las altas tasas de TEA también responden a sólidos niveles de innovación.

El líder del equipo GEM Perú y Decano de ESAN, Jaime Serida manifestó que 25 de cada 100 peruanos se encuentra involucrado ya en algún tipo de actividad emprendedora, actualmente ocupando el cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/2017, teniendo una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de 25.1%, por encima de la TEA de Latinoamérica (18.8%). Jessica Alzamora, coordinadora e investigadora del equipo GEM Perú, señaló que los emprendimientos son claves para la generación de un mayor número de empleos, y agrega que, en nuestro país, los niveles de innovación de estas iniciativas son destacados cuando los comparamos con la gran mayoría de pequeñas y medianas empresas que conforman el sector empresarial, Diario Gestión (2017).

El emprendimiento es una estrategia utilizada por países y regiones para activar la economía del país, dado sus excelentes resultados para disminuir el impacto del desempleo y promover el espíritu emprendedor. Este tema ha trascendido las fronteras del conocimiento, pasando de economistas a otras disciplinas del saber que han realizado sus aportes a éste fenómeno buscando legitimarlo como campo de investigación, siendo esto la causa de que no exista un consenso entre los autores de ésta nueva disciplina. En Estados como el colombiano, se busca implementar la cultura del

emprendimiento en las instituciones educativas desde el nivel básico primaria hasta la formación universitaria, Herrera (2012).

En la actualidad, estamos presenciando la sostenida destrucción de la economía del empleo tradicional, en la que los trabajadores venden su tiempo a cambio de dinero y venden su experiencia a cambio de seguridad. Esta estructura tradicional está siendo reemplazada por una economía única y con interconexión masiva, en la que dinero, personas, compañías, ideas y tecnología son totalmente intercambiables. En esta nueva economía, se dan simultáneamente tanto un crecimiento espectacular, como también graves trastornos. Es una economía que reprime a los métodos más tradicionales de generación de ingreso seguro, pero a la vez genera en abundancia nuevas oportunidades. Algunas personas comprenden estos cambios y están modificando sus estrategias para generar riqueza e ingresos de acuerdo al nuevo esquema. El network marketing se ha convertido en un componente importante de su nuevo enfoque. Para muchos es un sustituto exitoso de las compensaciones que solían encontrar en el empleo tradicional, en particular, seguridad de ingresos a largo plazo, progreso constante, reconocimiento permanente de sus logros y apego a una misión emocionalmente satisfactoria. Junto a estos valores, también encuentran recompensas rara vez vistas en sus ocupaciones anteriores: libertad de tiempo, horarios flexibles y la satisfacción de desarrollar un negocio por cuenta propia, un negocio que deje espacio y fortalezca a su familia, Charles y James (2006).

Sousa (2013), da a conocer que el Network Marketing es una alternativa para emprender nuevos negocios en diferentes ámbitos. Existen dos principales razones por las cuales el Network Marketing se ha vuelto uno de los métodos más viables de distribución para las empresas y consecuentemente una excelente oportunidad de negocio para las personas. La primera es la dificultad de llegar a todos los consumidores del mercado. El mercado y los consumidores, gracias a las tecnologías existentes, particularmente las TIC's pueden obtener demasiada información sobre productos/servicios y precios. La publicidad en ciertas ocasiones satura la confianza de los consumidores y llega a demasiados medios; en este caso, los comentarios boca-a-boca que proporciona el sistema de comercialización Network Marketing, puede obtener más relevancia que el existente. La segunda se refiere a la posibilidad de

cualquier persona de constituir un negocio con el ejercicio de esta actividad. Las limitaciones de formación académica y concurrencia a determinadas plazas de empleo podrían ser menores, encontrando una oportunidad abierta a todos aquellos que quieran trabajar con el sistema de Network Marketing.

La Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA) anunció recientemente que las ventas directas globales en 2016 aumentaron un 1,9 %, de US\$ 179,2 mil millones de dólares en 2015 a US\$ 182,6 mil millones en 2016, un nuevo récord mundial. El crecimiento mundial fue impulsado por aumentos en todas las regiones. Además, el 81 % de los países de todo el mundo mostraron aumentos en las ventas. No sólo hubo un crecimiento interanual, sino que el canal de venta directa ha mostrado un aumento sostenido con una tasa de crecimiento anual compuesta de 3 años (Tasa Anual de crecimiento Compuesto CAGR) de 5,2 % en el periodo 2013 y 2016.

Asia-Pacífico, que representa el 46 por ciento de las ventas directas globales, muestra un CAGR de 3 años del 6,7 por ciento para el período de 2013 a 2016. América, que representan el 33 por ciento de las ventas mundiales, muestran un CAGR de 3 años de 3,3 por ciento. Europa, con 20 por ciento de las ventas globales, tiene un CAGR del 4,9 por ciento. Y África y medio oriente, con alrededor del 1 por ciento de las ventas mundiales, tiene un CAGR de 6,0 por ciento.

Las ventas fueron generadas por los 107 millones de representantes independientes del mundo, otro récord. Estos son los empresarios con mentalidad de carrera que construyen sus propios negocios de mercadeo de los productos y servicios de una empresa de venta directa, así como los microempresarios a tiempo parcial que ganan un ingreso extra al hacerlo. Esta fuerza de ventas de representantes independientes creció un 3,1 por ciento interanual. El 80 por ciento de las ventas mundiales son los 10 principales mercados de venta directa del mundo: Estados Unidos, China, Corea, Alemania, Japón, Brasil, México, Malasia, Francia y Reino Unido. La venta directa muestra éxito tanto en economías avanzadas como en economías en desarrollo: De los 10 principales mercados, seis son economías avanzadas y cuatro son economías en desarrollo, según el Fondo Monetario Internacional, Lorem (2017).

Según Sánchez (2010), Si los emprendedores son necesarios para asegurar el desarrollo económico, es importante considerar cómo se pueden identificar a estos emprendedores. Aunque se acepta que el comportamiento emprendedor es producto de algunas influencias, se mantiene, no obstante, que los determinantes importantes del comportamiento emprendedor son los rasgos de personalidad que presentan los individuos. Los emprendedores poseen rasgos característicos que los predisponen a actuar de manera emprendedora.

Acosta (2012), el liderazgo y emprendimiento son dos conceptos que frecuentemente se han relacionado entre sí, entre otras cosas porque se desarrolla una capacidad de ver oportunidades donde la mayor parte de las personas no ve nada. Situación que se traduce en muchos casos en un plan de negocio que se lleva a cabo una vez tramitada la puesta en marcha del mismo. El reconocimiento de la oportunidad y el desarrollo posterior de una innovación en el mercado constituye un factor clave en las etapas generales del proceso de creación de empresa y la forma en que el emprendedor debe explotar sus cualidades en cada una de esas etapas; tales como la experiencia en la creación de nuevos negocios, la experiencia en gestión de personas, sus capacidades y conocimientos, además de las redes sociales en las que participa y los tipos de enlaces con dichas redes. Bien es cierto que una de las cualidades más importantes de los líderes emprendedores es persuadir a las personas de que las ideas que tienen pueden lograr resultados de éxito. Es decir, que sea capaz de convencer a un buen número de personas de que lo que dice es lo válido.

Los líderes emprendedores presentan características comunes. La primera de estas características es la capacidad de acompañamiento. Un líder emprendedor es capaz de descubrir las capacidades de sus colaboradores y utilizar estas en el momento que es necesario para la organización. El líder emprendedor también es consciente de cuáles son sus fortalezas y sabe aprovecharlas de la mejor manera para obtener beneficio para su organización. No obstante, identificar y seleccionar las oportunidades correctas para la creación de nuevos negocios es casi la más importante cualidad de un líder emprendedor con éxito,

5. Limitaciones del Estudio

Se sabe que, toda experiencia científica, en el afán de buscar nuevos conocimientos, va a estar siempre en convivencia con situaciones inesperadas, las mismas que deben ser asumidas con responsabilidad.

Las limitaciones de la presente investigación fueron:

- A) Una de las limitaciones fue la escases de investigaciones que relacionen las variables rasgos de personalidad y estilos de liderazgo.
- B) La segunda limitación fue no encontrar investigaciones sobre redes de Mercadeo.
- C) Otra limitación que se presentó fue que las investigaciones encontradas iban dirigidas a otro tipo de poblaciones.
- D) En relación a la muestra de estudio se redujo solo a una organización “Herbalife”, debido a que no se tiene la accesibilidad y cantidad de las otras organizaciones de redes de mercadeo.

6. Definición de Términos

A) Rasgo de Personalidad: Define el rasgo de personalidad como una tendencia biológica, subyacente del individuo, que es la causa de un patrón de pensamientos, sentimientos y acciones constantes, McCrae y Costa (1995).

B) Liderazgo: Define liderazgo como “la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana, a la consecución de uno o diversos objetivos específicos”, Idalberto Chiavenato (1993).

7. Variables e Indicadores

Variables

Variable 1: Rasgos de Personalidad

Variable 2: Estilos de Liderazgo

Cuadro 1:**Variable 1 Rasgos de Personalidad**

Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Rasgos de Personalidad	Personas inestables emocionalmente	(N) Neuroticismo	Alto Medio Bajo
	Personas comunicativas y sociables.	(E) Extraversión	Alto Medio Bajo
	Personas imaginativas, y creativas.	(O) Apertura a la Experiencia	Alto Medio Bajo
	Personas altruistas, se preocupan por los demás.	(A) Amabilidad	Alto Medio Bajo
	Personas persistentes en el logro de sus objetivos.	(C) Responsabilidad	Alto Medio Bajo

Cuadro 2:**Variable 2 Estilos de Liderazgo**

Variable	Definición Operacional	Dimensiones
Estilos de Liderazgo	Persona que manda y ordena.	Autoritario
	Persona que toma en cuenta las opiniones de sus compañeros.	Democrático
	Persona que toma una decisión de forma libre.	Liberal (laissez-faire)

CAPITULO II

REVISION DE LA LITERATURA

1. La personalidad en la historia de la psicología

El estudio de la personalidad empezó en el siglo XX, se sabe que en la cultura clásica ya existían algunas ideas de la personalidad, las cuales también se encuentran en la cultura occidental. Sirva como ejemplo el modelo de Hipócrates que ofreció una aproximación bastante sistemática al estudio de las causas que explicaban las diferencias individuales, introduciendo el concepto de temperamento. Señalaba la existencia de cuatro humores (sangre, flema, bilis amarilla y bilis negra) que, solos o en combinación, determinaban el temperamento psicológico predominante en la persona (sanguíneo, flemático, colérico, o melancólico, respectivamente), relacionando de esta manera la constitución física con las disposiciones conductuales.

En las dos primeras décadas del siglo XX, los psicólogos desarrollaron «tests mentales» con el fin de realizar selección y diagnóstico, para resolver problemas prácticos, asociados a las organizaciones laborales, educación y salud mental. A partir de la Primera Guerra Mundial (1914-1917), se necesitaban medidas de personalidad que ayudaran a mejorar la predicción sobre el rendimiento escolar, laboral o militar. A pesar de este énfasis en el desarrollo de tests, el estudio de la personalidad no se formalizó,

como una rama de la psicología, hasta finales de la década de los 30, Bermúdez J, y otros (2012).

A) Definiciones de personalidad

Simkin y Etchezahar (2012), definen la personalidad como la organización dinámica que determina el comportamiento, el pensamiento y la adaptación de los individuos al ambiente (Allport, 1937).

McCrae y Costa (2002), considera que la que el término “personalidad” tiene su raíz etimológica en la palabra latina “persona”, que alude a las máscaras que los actores utilizaban en las representaciones teatrales de la Grecia clásica. Cada máscara se asociaba con un tipo de carácter específico, de modo tal que el público se fuera preparando para el papel que cada personaje iría a representar.

Cloninger (2009) citado por Bermúdez y otros (2012), menciona que, la personalidad de un individuo empieza con componentes biológicos innatos, algunos compartidos con otras personas y otros más distintivos fruto de la propia herencia o de otras influencias; que a lo largo de la vida, estas tendencias innatas se van canalizando por la influencia de múltiples factores, como la familia, la cultura u otras experiencias; y que la personalidad vendría constituida por el patrón resultante de conductas, cogniciones, y patrones emocionales.

Para Morris y Maisto (2005), los psicólogos por lo general definen la personalidad como un patrón único de pensamientos, sentimientos y conductas del individuo que persisten a través del tiempo y de las situaciones. Esta definición tiene dos partes importantes. En primer término, la personalidad se refiere a diferencias únicas, esto es, a aquellos aspectos que distinguen a una persona de todas las demás. En segundo lugar, la definición afirma que la personalidad persiste a través del tiempo y de las situaciones, es decir, la personalidad es relativamente estable y duradera. Una persona al verse en distintas edades, en películas o videos caseros, en cada edad se hacen evidentes algunas características constantes; quizá se mostraba como un actor natural que se lucía siempre ante la cámara, o tal vez se

comportaba más bien como un director, pues a los cuatro años y a los 14 años le decía al camarógrafo. Esperamos que la personalidad de la gente sea relativamente constante de un día a otro y de una situación a otra; de hecho, cuando eso no sucede, sospechamos que hay algo mal en la persona.

B) La teoría de los rasgos: Genética de la personalidad

Allport (1937), fue uno de los pioneros en el estudio de la teoría de los rasgos y define a la personalidad como “la organización dinámica, dentro del individuo, de los sistemas psicofísicos que determinan sus ajustes únicos al ambiente”. Para el estudio empírico de los rasgos de personalidad construye una lista con más de 16.000 palabras que definen rasgos de las personas clasificándolos en tres niveles: los rasgos cardinales (los que dominan y moldean a una persona: autoconfianza), los rasgos centrales (elementos que conforman al comportamiento en general: la honestidad) y los rasgos periféricos (características que se observan sólo en determinadas circunstancias: el altruismo).

Por su parte, Eysenck (1976) sugiere que la personalidad puede ser estudiada a partir de tres factores: introversión-extraversión, neuroticismo-estabilidad emocional y psicoticismo, Simkin, y. Etchezahar (2012).

Los rasgos o las disposiciones son un conjunto de componentes para describir diferencias individuales. Estos han conquistado un lugar central en la psicología. Todos los rasgos no son completamente diferentes; es decir, independientes uno de otro. Los análisis correlacionales de los instrumentos que miden los rasgos o disposiciones regularmente indicaban dos dimensiones interpretadas como extraversión y neuroticismo.

Un rasgo es una característica o cualidad distintiva del individuo. En la vida diaria con frecuencia recurrimos a la teoría de los rasgos para describir la personalidad de nuestros conocidos y para resumirla, nos apegamos a seleccionar los más sobresalientes. Decimos: “Elisa es muy segura”, “Enrique es

competitivo”, “Rebeca es muy inteligente”. Agrupar a la gente por sus rasgos es una cuestión fácil y de sentido común, lo cual explicaría por qué la teoría de los rasgos ha gozado de tanta popularidad desde hace mucho tiempo. Este tipo de clasificación se remonta a la época de Hipócrates (460-377 a. C.), médico griego que la propuso 2 000 años antes de que se formularan las teorías que se describen en este libro. Hipócrates distinguió cuatro tipos de personas: alegres, tristes, temperamentales y apáticas. Unos líquidos internos del organismo, llamados “humores”, producían los tipos. Él pensaba que los rasgos de la personalidad tenían su origen en la constitución de la persona; que se debían al funcionamiento biológico y no a la experiencia ni al aprendizaje.

Los teóricos de los rasgos, principalmente Gordon Allport y Raymond Cattell, ambos tomaron en cuenta el efecto que los hechos concretos, así como los factores ambientales y sociales que tienen en la conducta. Su enfoque es de índole interaccionista o, en otras palabras, reconocen que la conducta depende de la interacción de variables tanto individuales como situacionales.

Ambos teóricos coinciden en la importancia que los factores genéticos tienen en la formación de los rasgos. Los resultados de las investigaciones apoyan el concepto de que los factores biológicos influyen en su caracterización. Al parecer, la personalidad tiene un componente genético decisivo, Schultz D. y Schultz S. (2010).

Un rasgo es un constructo teórico que describe una dimensión básica de la personalidad. Aunque difieren más ampliamente de lo que en general se reconoce, las teorías de los rasgos coinciden en algunas suposiciones básicas: Los enfoques de los rasgos ponen énfasis en las diferencias individuales de las características que son más o menos estables a través del tiempo y de las situaciones. Los enfoques de los rasgos ponen énfasis en su medición por medio de test, a menudo cuestionarios de auto-reporte, Cloninger (2003).

Para Allport, los rasgos o disposiciones están literalmente codificados en el sistema nervioso como estructuras que guían la conducta consistente a lo largo de una amplia variedad de situaciones. Creía también que si bien los rasgos describen conductas que son comunes a mucha gente, la personalidad de cada individuo comprende una constelación única de rasgos. Aunque en la actualidad pocos psicólogos negarían la influencia del ambiente en el moldeamiento de la personalidad, evidencias recientes confirman la importancia de los factores genéticos en el desarrollo de rasgos específicos de personalidad lo que brinda apoyo a la corazonada de Allport de que al menos algunos rasgos de personalidad están codificados biológicamente. Los rasgos son el idioma que por lo regular empleamos para describir a otras personas (por ejemplo, como tímidas, inseguras o arrogantes). Por eso, la visión de los rasgos tiene un considerable atractivo para el sentido común. Además, aunque estudiar científicamente los rasgos de la personalidad que estudiar cosas como la autorrealización y los motivos inconscientes, Morris y Maisto. (2005).

C) Teoría de los Rasgos

a) Gordon Allport: La naturaleza de la personalidad

Allport, (1961) citado por Schultz D.y Schultz S. (2010), considera que “La personalidad es la organización dinámica interna de los sistemas psicofísicos del individuo que determinan su conducta y pensamiento característicos”. En esta definición, la organización dinámica significa que la personalidad cambia y crece constantemente, que el crecimiento es organizado y no aleatorio. El adjetivo psicofísico significa que la personalidad se compone de mente y cuerpo, los cuales funcionan juntos como una unidad; la personalidad no es sólo mental ni sólo biológica.

❖ Los rasgos de la personalidad

- **Son reales y existen en nuestro interior:** No son constructos teóricos ni simples etiquetas inventadas para explicar el comportamiento.

- **Determinan la conducta o la causan:** No sólo ocurren frente a ciertos estímulos. Nos impulsan a buscar los estímulos correctos e interactúan con el entorno para producir conducta.
- **Se pueden demostrar de forma empírica:** Si observamos la conducta durante cierto tiempo, podremos inferir la existencia de los rasgos en razón de la consistencia de las reacciones de un individuo a estímulos idénticos o similares.
- **Los rasgos están interrelacionados y se pueden traslapar no obstante que representen características diferentes:** Por ejemplo, la agresividad y la hostilidad son rasgos distintos, pero están relacionados y muchas veces se presentan juntos en el comportamiento de una persona.
- **Los rasgos varían con la situación:** Por ejemplo, un individuo puede mostrar el rasgo de orden en una situación y el de desorden en otra.

❖ **Clasificación de los rasgos según Gordon Allport**

- **Rasgos individuales y comunes.**

Rasgos individuales: son peculiares de una persona y definen su carácter.

Rasgos comunes: son compartidos por varias personas, digamos los miembros de una cultura.

- **Disposiciones personales o rasgos individuales**

Allport se dio cuenta de que designar los dos fenómenos antes descritos con la palabra rasgos podría llevar a confusiones y, por lo tanto, más adelante modificó su terminología. Reservó el término rasgos para los rasgos comunes y llamó disposiciones personales a los rasgos individuales. No todas las disposiciones personales tienen la misma intensidad o importancia; pueden ser rasgos cardinales, centrales o secundarios.

Rasgo cardinal está tan generalizado e influye tanto que toca casi todos los aspectos de la vida. Allport lo definió como una pasión

avasalladora, una fuerza poderosa que domina el comportamiento. Ofreció los ejemplos del sadismo y la patriotería. No todos tienen una pasión avasalladora, y quienes sí la tienen no siempre la muestran en toda situación.

Rasgos centrales, entre cinco y diez temas que describen muy bien nuestro comportamiento. Agresividad, autocompasión y cinismo son tres ejemplos citados por Allport. Constituyen la clase de características que mencionaríamos al hablar de la personalidad de un amigo o al escribir una carta de recomendación.

Rasgos secundarios son los menos influyentes y se manifiestan con menor consistencia que los cardinales o los centrales. Pueden pasar tan inadvertidos o ser tan débiles que sólo un amigo íntimo se percatará de ellos. Incluyen, entre otras cosas, una preferencia menor por determinado tipo de música o de comida.

b) Raymond Cattell: la teoría la personalidad

Cloninger (2003). Los rasgos son conceptos abstractos, herramientas conceptuales útiles para propósitos predictivos, pero que no necesariamente correspondían a una realidad física específica. No obstante, creía que los rasgos de personalidad no eran fenómenos puramente estadísticos. Aunque su método era correlacional más que experimental.

❖ Rasgos de superficie y rasgos de origen

Cattell utilizó el análisis factorial para describir los rasgos de una persona que se hacen aparentes con relativa facilidad, a los que denominó rasgos de superficie y rasgos de origen.

- Rasgos de Superficie

El término rasgo significa “patrones de observaciones que van juntas”. Si hacemos esas observaciones de manera sistemática y encontramos

conjuntos de variables que tienen una correlación positiva, hemos identificado agrupamientos de correlación o rasgos de superficie. El término superficie indica que, aunque “en la superficie” parecen ser un rasgo, no existe evidencia de que en realidad lo sean en un sentido duradero.

- **Rasgos de Origen**

En muchos estudios, Cattell identificó algunos agrupamientos de correlación que son bastante “sólidos”, es decir, que reaparecen una y otra vez. Emergen a pesar de diferencias en la población, las situaciones de prueba, etc. Cattell debatía que dicho patrón sólido debía tener una sola fuente de varianza. Debe corresponder a una “causa” dentro de la personalidad, un rasgo fundamental de personalidad. Buscó esos rasgos sólidos usando el análisis factorial y los denominó rasgos de origen.

- ❖ **Factores de segundo orden**

Los 16 factores de personalidad no son del todo independientes entre sí; es decir, existen correlaciones entre los factores. Por tanto, es posible reducir aún más el número de factores, analizando factorialmente las puntuaciones de los 16 factores de personalidad. Los resultados del análisis factorial de segundo orden incluyen dos dimensiones de personalidad particularmente interesantes, la extroversión y la ansiedad.

- **Extroversión**

El factor de segundo orden extroversión se caracteriza por cargas altas en el factor A (o estado afectivo hacia la gente), el factor F (sagacidad e ingenio, o locuacidad y optimismo) y el factor H (parmia, o audacia arriesgada). Las puntuaciones en extroversión se incrementan si se pide a los sujetos que respondan al cuestionario con una “buena personalidad”, cualquier cosa que esto sea. Cattell (1957) sugirió que la extroversión tiene una base genética. Específicamente, la gente que hereda una tendencia a reaccionar más fuertemente a las ideas que a los

estímulos externos tiende a desarrollar introversión. Es como si los introvertidos marcharan a un ritmo diferente (es decir, interior), en comparación con los extrovertidos, que responden más a estímulos en el mundo exterior.

- **Ansiedad**

El factor de segundo orden, ansiedad, también llamado neuroticismo, carga más fuertemente en el factor C (debilidad del yo), el factor O (propensión a la culpa), el factor L (tendencia paranoide), el factor Q3 (auto sentimiento bajo) y el factor Q4 (tensión de impulso alto).

c) Hans Eysenck: Las dimensiones de la personalidad

Eysenck y Eysenck, 1985, citado por Cloninger 2003 El resultado de su esfuerzo es una teoría de la personalidad basada en tres dimensiones, definidas como combinaciones de rasgos o factores. Podríamos decir que las dimensiones son súper factores.

❖ Las tres dimensiones de la personalidad son:

E- Extroversión frente a introversión.

N- Neuroticismo frente a estabilidad emocional.

P- Psicoticismo frente a control de impulsos (o funcionamiento del superyó).

Eysenck señaló que la extroversión y el neuroticismo han sido catalogados como elementos básicos de la personalidad desde tiempos de los filósofos griegos. También sugirió que casi todos los instrumentos de evaluación de la personalidad contienen las dos dimensiones.

Las investigaciones han demostrado que los rasgos y las dimensiones que propuso Eysenck tienden a permanecer estables a lo largo del tiempo que va de

la niñez a la edad adulta, no obstante las diferentes experiencias sociales y ambientales de cada uno. La situación puede cambiar, pero las dimensiones permanecen constantes. Por ejemplo, el niño introvertido tiende a seguir siéndolo de adulto.

- **Extroversión**

Si usted piensa en su experiencia personal, seguramente podrá describir con precisión tanto a los extrovertidos como a los introvertidos.

Los extrovertidos se orientan hacia el mundo exterior, prefieren estar en compañía y tienden a ser sociables, impulsivos, audaces, asertivos y dominantes. Además, las personas que obtienen una puntuación alta en esta variable del Inventario Eysenck de la Personalidad tienen emociones más placenteras que aquellas que obtienen una puntuación baja (Lucas y Fujita, 2000). Los introvertidos presentan las características contrarias, tienen un sistema nervioso “fuerte” que es relativamente rápido para inhibir la estimulación excesiva. “Separan” con facilidad las entradas excitantes de las situaciones sociales, y de esta manera pueden tolerar tener mucha actividad y mucha gente a su alrededor. De hecho, ansían esa estimulación y al buscarla actúan como extrovertidos.

- **Neuroticismo**

El neurótico es una persona llena de ansiedad, depresiva, tensa, irracional y mal- humorada. Tiene baja autoestima y suele albergar sentimientos de culpa. Eysenck sugirió que el neuroticismo se hereda en gran medida, o sea, que es producto de la genética más que del aprendizaje o la experiencia. Se manifiesta en características biológicas y conductuales diferentes de las que muestran las personas que se encuentran en el extremo de la estabilidad emocional de esta dimensión. La mayor actividad en el sistema límbico ocasiona que algunas personas muestren una mayor excitación emocional cuando son amenazadas o se encuentran en situaciones estresantes. Esas personas

son altas en el factor de neuroticismo. Otros que son bajos en ese factor no se vuelven tan emocionales en la misma situación. La mayor excitación emocional puede, a su vez, hacer que los neuróticos utilicen los mecanismos de defensa; de ahí el término “neuroticismo”.

- **Psicoticismo**

Las personas con una puntuación alta en esta dimensión son agresivas, antisociales, inflexibles, frías y egocéntricas. Asimismo, se ha comprobado que son crueles, hostiles e insensibles a las necesidades y sentimientos de otros. Además, presentan más problemas de alcoholismo y consumo de drogas que las personas que obtienen una puntuación baja en psicoticismo (Sher, Bartholow y Wood, 2000).

d) El modelo de los cinco factores de personalidad: Costa y McCrae

Schultz D y schultz S. (2010), considera el número de los rasgos de la personalidad que derivaron de Cattell y Eysenck varía cuando se emplea el análisis factorial. Esto no significa una debilidad intrínseca del método, sino que refleja la forma que eligió cada uno para medir la personalidad. Algunos investigadores no están satisfechos con ninguna de las dos teorías y sugieren que Eysenck incluyó muy pocas dimensiones y Cattell demasiados factores. La investigación contemporánea indica la presencia de cinco factores generales de la personalidad.

Simkin y Etchezahar (2012), considera que la personalidad se define como la organización dinámica que determina el comportamiento, el pensamiento y la adaptación de los individuos al ambiente (Allport, 1937; John, 1990). Desde este enfoque, McCrae y Costa (1980) postulan el Modelo de los Cinco Factores (en adelante FFM), a partir del cual es posible identificar empíricamente cinco factores de la personalidad: neuroticismo, extraversión, apertura a la experiencia, amabilidad y responsabilidad. Sin embargo, el modelo no es suficiente para la comprensión del fenómeno de la personalidad en su conjunto, lo que motivó a McCrae y Costa (1996) a desarrollar la Teoría

de los Cinco Factores (en adelante FFT). Dicha teoría permite explicar el funcionamiento de la personalidad como un sistema en el cual estos cinco factores o tendencias básicas interactúan con influencias externas y factores biológicos en la formación y mantenimiento de características adaptativas.

A continuación, se desarrollan los cinco factores de la personalidad:

❖ **La apertura a la experiencia**

La apertura a la experiencia describe una dimensión de estilo cognitivo que distingue a las personas imaginativas, creativas, con intereses intelectuales, que aprecian el arte y son sensibles a la belleza (Costa & McCrae, 1996). En este sentido, a diferencia de los individuos con un estilo cognitivo más conservador, quienes están abiertos a lo diferente suelen tener mayor conciencia de sus sentimientos.

Otra característica de las personas con altos niveles de apertura a la experiencia es la facilidad para el pensamiento simbólico con su consecuente posibilidad de abstracción, alejada de la experiencia concreta. Dependiendo de las habilidades intelectuales específicas del individuo, ese pensamiento simbólico puede facilitar el uso de la matemática, la lógica, el lenguaje, la composición de música o el dominio de las artes visuales en general (McCrae & Costa, 2012). Por el contrario, las personas con bajos niveles de apertura a la experiencia, generalmente poseen una baja curiosidad intelectual prefiriendo lo llano, directo y claro sobre lo ambiguo, complejo y sutil. Este aspecto conlleva por lo general a considerar a las artes y las ciencias con cierto recelo, argumentando que tales esfuerzos carecen de uso práctico: se prefiere lo conocido a la novedad debido a una resistencia al cambio (Anderson, John, & Keltner, 2011).

❖ **Responsabilidad**

La responsabilidad refiere a la forma en que podemos controlar, regular y dirigir nuestros impulsos (Costa & McCrae, 1996). Tales impulsos

no son intrínsecamente malos ya que, en ocasiones, ciertas situaciones requieren una decisión rápida y actuar de manera impulsiva puede ser una respuesta eficaz (Anderson, John, & Keltner, 2011). Sin embargo, algunos impulsos son antisociales y no sólo dañan a otros miembros de la sociedad, sino también a la propia persona (John, Robins, & Pervin, 2010). Otro problema del actuar impulsivamente es que a menudo producen recompensas inmediatas, pero traen consecuencias no deseadas a largo plazo. Por ejemplo, enojarse y ser demasiado impulsivo en una conversación puede resultar en la ruptura de una pareja o relación de trabajo (McCrae & Costa, 2002). Asimismo, actuar de forma impulsiva no permite contemplar cursos de acción alternativos, algunos de los cuales permiten alcanzar un objetivo con mayor eficacia que por las vías de la impulsividad.

Por el contrario, las personas que presentan una alta responsabilidad resultan exitosas a través de la planificación deliberada y de la persistencia en el logro de sus objetivos (Anderson, John, & Keltner, 2011). Por ello suelen ser consideradas positivamente por los demás como inteligentes y confiables, aunque también pueden ser vistos como perfeccionistas, compulsivos o adictos al trabajo, dependiendo del parámetro desde el cual se lo evalúe (McCrae & Costa, 2002).

❖ **Extraversión**

Las personas que poseen altos niveles de extraversión tienden a buscar la estimulación social y oportunidades para interactuar con otros (Costa & McCrae, 1996). Estos individuos a menudo se describen como llenos de vida, energía y con una actitud positiva hacia la conformación de grupos (Anderson, John, & Keltner, 2011). Además, las personas extravertidas se destacan en actividades en donde se requiere interacción propensos a experimentar ansiedad por la retroalimentación negativa, lo cual implica que poseen mejores defensas ante las críticas externas (McCrae & Costa, 2002).

Los introvertidos, en cambio, tienden a ser tranquilos, reservados y suelen involucrarse relativamente poco en situaciones sociales (Costa & McCrae, 1996). Un aspecto a destacar es que las personas introvertidas no necesariamente tienen temor a las situaciones sociales, como es el caso de la timidez, sino que prefieren pasar más tiempo en soledad, sin necesidad de estimulación social (Anderson, John, & Keltner, 2011). Las personas introvertidas prefieren dedicarse a tareas más solitarias como la escritura, programación de computadoras, informática en general, ingeniería o contabilidad (Costa & McCrae, 1996).

❖ Amabilidad

La amabilidad caracteriza a quienes tienen la capacidad para establecer vínculos interpersonales, son altruistas y poseen una disposición a preocuparse por los demás (Costa & McCrae, 1996). Este factor refleja las diferencias individuales en la preocupación por la cooperación y la armonía social: personas agradables valoran llevarse bien con otros (Anderson, John, & Keltner, 2011). Son por lo tanto considerados como amables, generosos, serviciales y dispuestos a comprometer sus intereses con los de los demás. Personas agradables poseen una visión optimista de la naturaleza humana, considerando que la gente es básicamente honesta, decente y digna de confianza (McCrae & Costa, 2002).

Por el contrario, los individuos con bajos niveles de amabilidad suelen anteponer su propio interés por encima del de otros, mostrándose indiferentes con el bienestar de los demás (Costa & McCrae, 1996). Muchas veces, su escepticismo acerca de la benevolencia de otros los lleva a desconfiar de los demás, pudiendo resultar antipáticos y poco cooperativos (Anderson, John, & Keltner, 2011).

Altos niveles de amabilidad ofrecen una ventaja para alcanzar y mantener la popularidad: personas agradables caen mejor que personas desagradables. Sin embargo, la amabilidad no es útil en situaciones que requieren decisiones objetivas difíciles o de tipo blanco y negro (McCrae & Costa, 2002).

❖ **Neuroticismo**

De acuerdo con Mathews (1998), el neuroticismo es un rasgo fundamental en el estudio de la personalidad, el cual se define como la tendencia a experimentar emociones negativas como miedos, sentimientos de culpa, tristeza o enojo. Las personas con altos niveles de neuroticismo poseen menores recursos de afrontamiento para sobreponerse al estrés ambiental, son más propensos a interpretar las situaciones ordinarias como una amenaza y consideran tareas que para otros generalmente suelen ser sencillas como irremediablemente difíciles (Anderson, John, & Keltner, 2011), Simkin, H. Etchezahar E (2012).

2. Liderazgo

A) Definición de Liderazgo

Portugal (2000), Líder viene del inglés “leader” que significa conductor, jefe, dirigente. En función de ellos lo definió, como la persona que, por la fuerza de sus ideas, sus sentimientos, fundamentales positivos y la coherencia en sus acciones, es capaz de influir directa o indirectamente en los demás y lograr una adhesión para el logro de los objetivos sociales e individuales.

Lussier y Achua (2002), quienes definen al liderazgo, como un proceso en el cual influyen líderes sobre seguidores, y viceversa, para lograr los objetivos de una organización a través del cambio.

López (2013), define al liderazgo como: “el hecho de influir en otras personas y de que éstas te sigan, es ya una acción de liderazgo y viene a ser como el ejercicio de la autoridad, para que la gente, ya sea en grupo grande o pequeño, se oriente para conseguir una meta en común.”

McGregor (2007). Llega a definir que “el liderazgo no es una propiedad del individuo, sino una relación compleja entre variables”, considerando entre ellas las características del líder, actitudes, necesidades y otras características personales de los seguidores; las características de la organización como el propósito, su estructura, la naturaleza de las tareas a desempeñarse y por último el entorno social, económico y político.

Para Chiavenato (2000), el liderazgo “es una influencia interpersonal que se aplica en una situación por medio de la comunicación humana para alcanzar uno o varios objetivos específicos”

Antes de hablar de la importancia del liderazgo, deberíamos analizar varios conceptos de liderazgo en general. Existen varias teorías que manejan diversos conceptos para tratar de identificar lo que significa liderar. Para esta investigación hemos tomado los siguientes conceptos para tratar de explicar en rasgos generales lo que es el liderazgo.

B) Funciones del liderazgo

Para Rodríguez (1997) las funciones más importantes que debe desempeñar un líder son las siguientes:

- a) Pensar en los trabajadores antes que en el trabajo por hacerse.
- b) Crear conciencia de grupo y de las posibilidades del mismo.
- c) Crear conciencia de las posibilidades propias en cada uno de los miembros.
- d) Descubrir y reconocer las metas de cada miembro, así como buscar la manera de integrarlas al grupo.

- e) Comprender y valorizar las diferencias individuales.
- f) Emplear las diferencias para la autocrítica del grupo y para su progreso.
- g) Aceptar que cada miembro tiene derecho a buscar su propio desarrollo.
- h) Adaptarse a un clima anti-autoritario.
- i) Valorar en cada momento la fuerza del elemento humano, fuerza que resulta de: cualidades de cada subordinado, grado de integración grupal y fuerza de la situación (tipo y urgencia de los problemas y reacciones entre las mismas).
- j) Explorar en qué modo y hasta qué punto la organización satisface las necesidades personales del grupo.
- k) Jamás tratar a las personas como problemas.

C) Importancia del Liderazgo

Lussier y Achua. (2002), mencionan la importancia del liderazgo. Los líderes deben ser conscientes de que la motivación y el liderazgo son la clave para formar personas competentes. La habilidad del liderazgo es importante al dirigir una empresa en crecimiento. Las organizaciones que sobrevivirán en el nuevo ambiente competitivo mundial son las que atraen y conservan a los líderes. La habilidad del liderazgo a nivel mundial es la llave del recurso intangible clave que afincará ventajas competitivas sustentables en el siglo XXI. Los líderes financieros atribuyen el éxito de las organizaciones de diversos factores, entre ellos a un liderazgo sólido. Por tanto, si quiere ser exitoso, necesita cultivar sus habilidades de liderazgo.

Si no se obtiene reconocimiento y se trabaja con el líder equivocado, el resultado puede ser desastroso. Los investigadores concuerdan con Jack, pues sostienen que hay una estrecha relación entre un liderazgo de orientación humana y la satisfacción en el trabajo. La capacidad de liderazgo de los supervisores es un factor más importante para conservar a los empleados. La capacidad del liderazgo que tenga su jefe influirá en forma directa en que tan bien se sienta usted en el trabajo y en si se queda o se va.

La productividad se ha estancado, pese al incremento de la tecnología, pues las organizaciones se centran en las destrezas tecnológicas en lugar de en las habilidades humanas. Descuidar este último factor perjudica al liderazgo. La gente es la clave para el desarrollo económico. Siempre debemos recordar que son las personas las que inventan y usan la tecnología; sin aquellas, esta no existiría.

Robbins (2004). El liderazgo cumple un rol imprescindible dentro de la comprensión del comportamiento de las organizaciones; ya que generalmente es el líder quien señala la dirección para cumplir los objetivos.

Con los grandes cambios ocasionados por la globalización, hoy más que nunca se requiere de buenos líderes, preparados no solo para entender los cambios sino para generarlos y que permitan a sus organizaciones competir exitosamente. Aldalpe, Pedrozo, Castillo y otros. (2011).

Por tanto, podemos derivar que las habilidades directivas son esenciales para alcanzar los resultados esperados en la organización. Las organizaciones exitosas cuentan con líderes con habilidades bien desarrolladas que a su vez están comprometidos en desarrollarlas y utilizarlas en la consecución de los objetivos de la organización.

D) Capacidades Deseables en un Líder

Se hace necesario que los directores de las organizaciones o todo aquel con personas a su cargo sea al mismo tiempo líder. Que ejerzan al tiempo poder institucional y poder personal. Asimismo, debe combinarla con otras como planificar, controlar, tomar decisiones. A continuación, se cita las capacidades deseables en un líder según López (2013).

El líder, como responsable que tiene la capacidad de coordinar, organizar y sobretodo, motivar un equipo de gente para que sigan su visión y consigan sus

objetivos y metas, ha de reunir tres capacidades para poder crear, consolidar e incrementar su posición. Estas cuatro capacidades son:

a) Capacidad técnica

Supone un conocimiento alto del trabajo, con o sin especialización, y que se manifiesta por una capacidad analítica, una facilidad de manejo de instrumentos y técnicas, y una habilidad a la hora de compaginar de forma coherente materias primas, maquinarias, etc.; ideas y circunstancias que se traducen en la obtención de resultados tangibles.

b) Capacidad humana

Esto hace referencia básicamente al trabajo con personas, y que le permite manejarse con desenvoltura ante las actitudes, opiniones y suposiciones de otras personas o grupos, así como intuir y mostrar sensibilidad hacia sus sentimientos, lo cual le permite influir en su conducta.

- ❖ Puede basar esta capacidad en la creación de una atmósfera de miedo e inseguridad que cree dependencia o sumisión de los otros.
- ❖ O, por el contrario, en la creación de un ambiente de aprobación, de respeto y de seguridad entre su gente.

c) Capacidad para trabajar con otras personas

Esta capacidad indica que debe convertirse en una actividad natural y continua ya que no es algo que se necesite solamente en los momentos de tomar decisiones, sino en la actuación individual de cada día.

d) Capacidad intelectual

En el sentido de saber contemplar la empresa como un todo y en la captación de todos los elementos relevantes que pueden influir en ella. La capacidad intelectual se convierte en la corona que hace que las personas que

desarrollen ampliamente las capacidades anteriores tengan más ventajas para alcanzar los puestos de liderazgo más elevados de la jerarquía.

Estas cuatro capacidades están muy relacionadas entre sí. En los niveles directivos más altos, la capacidad intelectual es la más importante de todas, pues es la más capacitada para crear la visión de la empresa, la cultura, la organización y todos sus elementos intangibles. En los niveles directivos más bajos, se necesitan, ante todo, capacidades técnicas y humanas por el mayor contacto entre jefes y subordinados.

E) Teorías del Liderazgo

Lussier R. y Achua C. (2002), Considera que la teoría del liderazgo es una hipótesis sobre algún aspecto relacionado con el liderazgo; las teorías tienen valor práctico porque se utilizan para entender, predecir y controlar mejor el buen cumplimiento del liderazgo. Existen cuatro principales clasificaciones de la teoría del liderazgo, también llamadas métodos de investigación para explicar el liderazgo: las teorías de rasgo, de comportamiento, de contingencia e integral.

a) Teoría de rasgos

Los primeros estudios sobre liderazgo partieron del supuesto de que los líderes nacen, no se hacen. Los investigadores deseaban identificar el conjunto de características o rasgos que distinguen a los líderes de los seguidores, o los buenos líderes de los ineficientes. Las teorías de rasgos del liderazgo intentan determinar características distintivas que expliquen la eficacia del liderazgo. Los investigadores, buscando identificar un conjunto de rasgos comunes a todos los líderes exitosos, han analizado rasgos físicos y psicológicos, o cualidades como altos niveles de energía, cierta apariencia, agresividad, independencia, poder de persuasión y dominio.

La lista de rasgos debía emplearse como requisito para promover a candidatos a posiciones de liderazgo. Solo los aspirantes que poseen los atributos identificados recibirán puestos de influencia. Para tal efecto, se

llevaron a cabo cientos de estudios sobre rasgos, durante los años treinta y cuarenta, a fin de descubrir una lista de cualidades, pero nadie logro encontrar un conjunto de características universales comunes a todos los líderes competentes, o rasgos que garanticen el éxito del liderazgo. Visto desde el lado positivo, si bien no existe una lista de atributos que asegure el triunfo del liderazgo, se identificaron ciertos rasgos relacionados con el buen desempeño de los líderes.

b) Teoría de comportamiento del liderazgo

En los años cincuenta, el paradigma de casi todas las investigaciones sobre liderazgo cambió: pasaron de concentrarse en la teoría de rasgos a las acciones concretas (comportamientos) que desempeña el líder en el trabajo. En la búsqueda continua del mejor estilo del liderazgo para todas las situaciones, los estudios intentaron identificar las diferencias entre el proceder de los buenos líderes y el de los ineficaces. Otra sub categoría del liderazgo basado en el comportamiento se concentra en la naturaleza del trabajo administrativo. Por tanto, las teorías del comportamiento del liderazgo tratan de explicar ya sean los estilos distintivos de los líderes eficaces, o bien, de definir la naturaleza de su labor. En cientos de estudios, se examinó la relación entre el comportamiento del líder y las medidas de efectividad en el liderazgo; sin embargo, no hubo acuerdo sobre cuál era el mejor estilo del liderazgo para cualquier situación. Visto por el lado positivo, la teoría sobre el liderazgo propuesta por Mintzberg se utiliza bastante para formar líderes. Otros investigadores identificaron dos dimensiones genéricas del comportamiento de los líderes: el liderazgo orientado a la tarea y el orientado a la gente, importantes para explicar la buena marcha del liderazgo.

c) Teoría del liderazgo por contingencia

Las teorías del liderazgo por contingencia tratan de explicar la efectividad de un estilo de liderazgo en función del líder, los seguidores y la situación. Esta teoría destaca la importancia de factores situacionales, como la

índole del trabajo realizado, el ambiente externo y las características de los seguidores.

d) Teoría integral del liderazgo

Entre mediados y finales de los setenta, el paradigma comenzó a orientarse hacia la teoría integral, o neocarismática. Como lo indica el nombre, las teorías integrales del liderazgo tratan de combinar las teorías de rasgo, del comportamiento y de contingencias para explicar porque son fructíferas ciertas relaciones de influencia entre líder y seguidores. Los investigadores buscan explicar porque los seguidores de algunos líderes se muestran dispuestos a trabajar arduamente e incluso a hacer sacrificios para lograr los objetivos del grupo y de la organización; o bien, de qué forma los buenos líderes influyen en el comportamiento de sus seguidores. Las teorías permiten identificar conductas y rasgos que facilitan la efectividad del líder y saber porque un mismo proceder del líder puede tener efectos distintos en los seguidores según las circunstancias.

F) Estilos de Liderazgo (Kurt Lewin)

White, Lippit, Lewin, 1939 y Likert, 1961 citado por Sánchez y Vázquez (2010), indican que un punto de partida de esta orientación podemos encontrarlo en la teoría del Campo Social de Lewin con Lippit y White, (1938,1939), sobre climas de grupo en relación con estilos de liderazgo como los propuestos de autoritario, democrático y laissez-faire. Varios grupos de niños jugaban bajo los diversos tipos de liderazgo adulto y se realizaron minuciosos registros observacionales de los resultados y las consecuencias que tenía cada tipo de líder en los grupos. Estos investigadores llegan a las conclusiones de que el liderazgo democrático o centrado en el grupo, produce una atmósfera de mayor satisfacción y amistad, mayor interés y motivación para el trabajo (incluso en ausencia del líder) y al menos la misma producción real, aunque con más calidad y originalidad.

En la primera dirección de investigación inicialmente se describieron los tipos de liderazgo autoritario, democrático y laissez-faire.

a) Autoritario

El líder determina todas las normas. Las fases de actividad aisladas, así como las técnicas a utilizar se determinan por el líder a corto plazo: los procedimientos no se aclaran en absoluto. El líder determina las tareas de los miembros aislados del grupo y forma los grupos de trabajo propiamente dichos. El líder está “personalmente” para la alabanza o crítica del trabajo de los miembros del grupo, no toma parte en su trabajo, aunque sea para aclarar cosas. Se muestra más bien amistoso o impersonal que enemigo. Aparecen reacciones de frustración y agresión, conductas restrictivas de desinterés, apatía y tendencia a huir. Las relaciones son difíciles y no se desarrolla una conciencia grupal. Se manifiesta una notoria sumisión ante el líder.

El rendimiento, aunque es alto al principio va disminuyendo como consecuencia de la frustración creciente y las reacciones defensivas que se generan.

b) Democrático

Todas las normas se discuten y se determinan en el grupo, el líder da orientaciones y apoyo. En la primera discusión del grupo se define un ámbito general del complejo de actividad conjunto, se muestran los pasos más importantes para la consecución de los objetivos: en caso de necesidad el líder propone dos o más procedimientos, entre los cuales el grupo puede decidir. Los miembros del grupo se dividen espontáneamente en subgrupos y auto-determinan las tareas individuales. El líder juzga “objetivamente” los trabajos individuales, intenta valer como miembro regular del grupo, sin realizar personalmente demasiadas tareas. Las relaciones recíprocas son buenas, hay contactos espontáneos y trato mutuo amistoso. La conciencia de grupo es fuerte y la relación con el líder, que es tomado como un igual, es satisfactoria.

Los resultados iniciales son algo inferiores, pero luego se incrementan, y muestran mayor originalidad por poder expresar libremente las ideas y estimular la creatividad.

c) Laissez-Faire o Liberal

Los miembros del grupo toman decisiones libres sin la participación del líder. El líder reúne todas las informaciones necesarias y las mantiene disponibles por si se necesitan, sin embargo, no influye en absoluto en la discusión propiamente dicha. El líder no interviene en la formación de grupos ni en la división de tareas. Si no se solicita, raramente hace comentarios sobre los resultados de los miembros del grupo, ni intenta formar parte en el trabajo del grupo o participar en su actividad. Aparecen grupos y rivalidad. El grupo está desorganizado.

Los resultados son muy bajos. Aunque inicialmente todo avalaba la hipótesis de que el estilo democrático era más eficaz, posiblemente basada en lo que era deseable socialmente, pronto distintos estudios demostraron que no era así.

No era mejor lo democrático cuando el tiempo era un factor determinante, pues el requerido para llegar a consensos restaba eficacia. También se demostraba menos eficaz si la tarea era difícil y en algún estudio se determinó que el estilo autoritario era superior en todos los sentidos. Todo dependía de los criterios de la efectividad considerados. Además, en los experimentos iniciales se manipularon las variables para configurar los estilos de líder y se realizaron en un club de jóvenes. En este sentido podrían medirse mejor los estilos de líder si se consideraba a éstos en situaciones reales y cotidianas y se proveían instrumentos de medida objetivos y válidos.

3. Redes de Mercadeo

A) Red de Mercadeo o Network Marketing

Network marketing y marketing multinivel son sinónimos. El folklore de la industria documenta que marketing multinivel fue el título inicial que se le dio a este canal de distribución en la década de los 40. La denominación "marketing multinivel" describía los planes de compensación en los que las comisiones se pagaban por ventas hechas en "múltiples niveles" o en "múltiples capas" hacia abajo, en una organización de ventas estructurada verticalmente. "El marketing multinivel es un sistema legal para comerciar productos por medio de múltiples niveles de distribución (distribuidores). Estos distribuidores compran al por mayor y actúan como intermediarios entre el fabricante y el consumidor que paga precio minorista." El network marketing puede ser un "negocio de conocimiento" desafiante y lucrativo, de alcance internacional, potenciado por la nueva tecnología, rico en innovadores productos patentados, totalmente compatible con el renovado enfoque del Nuevo Profesional en la familia, estilo de vida, planificación de la jubilación y libertad de tiempo. Por esta razón, el network marketing se reconoce cada vez más como el camino más prometedor para salir de las encrucijadas económicas y sociales, King y Robinson (2006)

El network marketing es la distribución metódica, de boca en boca, de productos y servicios, directamente del productor al consumidor. A medida que los productos o servicios son adquiridos, los distribuidores responsables de esos pedidos son compensados a lo largo de los múltiples niveles de su organización, Yarnell y Yarnell (2001).

¿Qué es el network marketing? Es una estrategia de venta de productos mediante la cual distribuidores independientes pueden asociar a otros distribuidores y obtener comisiones por el movimiento de esos productos dentro de su red. En una organización de network marketing, se asocia a personas que incorporan a otras personas, quienes a su vez asocian a otros, y así sucesivamente

generando una red. De esta manera, los distribuidores comunes tienen la oportunidad de construir una organización lucrativa de muchos niveles de profundidad, que puede tener cientos o incluso miles de integrantes, Poe (2005).

B) Historia de Network Marketing

La venta directa ha sido parte integrante del paisaje económico desde los primeros días de la historia de los negocios, según consta en los registros existentes.

La Asociación de Venta Directa (Direct Selling Association) asociación nacional que agrupa a más de 140 empresas líderes que fabrican y distribuyen productos directamente a los consumidores, define a la venta directa en general, como la venta de un producto o servicio en forma personalizada, cara a cara, en una casa u oficina, lejos de una ubicación comercial fija.

Usando esta definición, Biggart rastreó los orígenes de la venta directa en los Estados Unidos a los "vendedores callejeros Yanquis", vendedores de la época colonial que vendían herramientas y té puerta a puerta. Estos mercaderes itinerantes, por lo general originarios del norte de Europa, operaban inicialmente en Nueva Inglaterra, cerca del centro de la economía colonial. Con el transcurso del tiempo, los inmigrantes del este de Europa emigraron al sur y trabajaron en las colonias.

Hasta la década de 1840, los vendedores callejeros constituían un importante canal de distribución que brindaba servicio tanto para los granjeros rurales aislados, como para el almacén de ramos generales, emergente fenómeno de venta minorista, refiere, King y Robinson (2006).

La industria del network marketing tuvo sus orígenes en la década de los 40 cuando Nutrilite Products Inc. lanzó a la venta suplementos alimenticios y, diez años después, cuando Amway introdujo la venta de productos para el hogar. Durante los últimos cincuenta años, la industria ha madurado hacia un canal de

distribución eficiente y legítimo ideal para la próxima ola que surgirá en el mundo de los negocios. Las ventas directas a través del network marketing alcanzan los veinte mil millones de dólares anuales en los Estados Unidos solamente, siendo movilizadas por ocho millones de personas aproximadamente. Cerca de treinta millones de networkers independientes venden más de cien mil millones de dólares de una amplia gama de productos y servicios alrededor del mundo. Y tengan en cuenta que todavía somos una industria muy joven con un futuro promisorio y en expansión, indican, Yarnell y Yarnell (2001).

Mediante la ayuda de nuevos métodos como el network marketing, La Era del Empresariado demostró que el trabajo realmente podía cambiar vidas. Enseñó a la gente que uno no tiene que hacer a otros más pobres para hacerse rico.

De hecho, el network marketing ha crecido hasta convertirse en una de las fuerzas impulsoras de la economía del siglo veintiuno. Es difícil asegurar estadísticas confiables sobre el crecimiento global del network marketing, ya que muchas empresas no informan las cifras de su facturación, o su número de miembros a ninguna organización de comercio. Sin embargo, basado en datos disponibles de la Asociación de Venta Directa (DSA), en Washington D.C., así como de otras fuentes de la industria, Duncan Maxwell Anderson, director editorial de la revista Network Marketing Lifestyles, estima que las ventas anuales realizadas a través de las organizaciones de network marketing, han alcanzado cerca de los u\$s 20 mil millones en los Estados Unidos, y u\$s 80 mil millones en todo el mundo. La DSA estima conservadoramente, que 8 millones de personas están involucrados en el network marketing, sólo en los Estados Unidos, Poe (2005).

Poe (2005) citado en Quispe (2016) en su tesis cultura y liderazgo organizacional en Network Marketing menciona el liderazgo y tipos de líder en Network Marketing.

C) Liderazgo en Network Marketing

El líder de Network marketing es un líder de negocios, un emprendedor que busca la libertad, cuyo campo de batalla es la economía conectada y descentralizada del siglo XXI. Es ambicioso y de aprender el arte de asociarse con otros para alcanzar sus propios objetivos, basándose en la sabiduría de líderes históricos.

a) Formación de un líder en Network Marketing

Poe (2005), menciona que no existe el liderazgo innato, sino que es adquirido y desarrollado a través de un proceso. Este proceso de formación del líder está íntimamente ligado a la construcción de la red, el momento en el que la red de distribuidores se hace autosuficiente, debido a que el líder ha capacitado a otros líderes para que el negocio se mantenga sin constante supervisión personal; la organización ha alcanzado el éxito. Al respecto Yarnell y Reid (2008) menciona que en esta industria, se persevera o muere, y sobreviviendo al primer año, surge un nuevo networker, o distribuidor independiente con buena base para el éxito.

b) Características del líder de Network Marketing

Aquella persona que aspire alcanzar el liderazgo en Network Marketing, debe cultivar seis características esenciales de personalidad:

❖ Motivación

Es un sinónimo de ambición o sed de triunfo. Bouroncle y Torres (2013), definen la motivación como proceso, que comienza con una deficiencia fisiológica o psicológica, o con una necesidad, es responsable de la intensidad, el curso y la persistencia de los esfuerzos que hace una persona para alcanzar una meta determinada. En tal caso, se puede concebir a la motivación como aquella carencia o necesidad, que lleva a la persona a adquirir una gran ambición por lograr aquello que anhela.

❖ **Persistencia**

La Real Academia Española (2001), define este término como: persistencia, firmeza, empeño en la ejecución de algo. Es hábito de mantener una sección al margen de las dificultades.

❖ **Capacidad de Aprendizaje**

“El aprendizaje es la agilidad. Voluntad y capacidad de una persona para aprender de la experiencia y posteriormente aplicar estas lecciones y consentimiento para tener éxito en nuevas situaciones”. Además, la capacidad de aprendizaje está relacionado con la humildad. “primero debe convertirse en seguidor. Solamente cuando haya dominado el arte de seguir a un líder será merecedor de liderar a otros”, Poe (2005).

❖ **Piel curtida**

Esta es la cualidad de ser inmune a las críticas. Según Poe, (2005). Los líderes siempre serán criticados, ello no debe hacer que el líder mude sus acciones para satisfacer a sus críticos porque entonces trabajara en beneficio de ellos y no en el suyo.

❖ **Actitud positiva**

Se conceptúa como “el grado positivo o negativo con que las personas tienden a juzgar cualquier aspecto de la realidad. La actitud positiva es la forma de juzgar los diversos aspectos de la tarea, persona, circunstancia, etc. Este pensamiento positivo surge a partir de la completa concentración en la tarea o visión que está siendo realizada, de esta forma no permite tener pensamientos desalentadores, Poe (2005).

❖ **Compasión**

Según la Real Academia de la Lengua Española (2001). La compasión es un sentimiento de pena, ternura e identificación ante los males de otros; más intensa que la empatía, es la percepción y comprensión del sufrimiento del otro, aunado al deseo de aliviar, reducir o eliminar tal sufrimiento. En el

ámbito organizacional, Poe, (2005). Agrega que la compasión se refiere a estar atento a los intereses y necesidades de los seguidores y tomar las acciones correspondientes, ganando así la lealtad genuina de los seguidores.

D) Siete Pilares del Éxito en Network Marketing

Poe, (2005) considera siete pilares del éxito en Network Marketing

- a) Nunca se Rinda:** Cada historia de éxito en el network marketing es un relato de resistencia frente a la penuria y el desaliento.
- b) Encuentre un mentor:** El network marketing se basa en el principio del auspicio. La persona que lo asoció a usted en el negocio, su auspiciador está a cargo de entrenarlo y conducirlo. Pero su auspiciador puede no estar calificado para el trabajo. A veces usted tiene que rastrear en la línea de auspicio de quien lo asoció, para encontrar a alguien con la experiencia y habilidad para actuar como su mentor
- c) Trabaje en el sistema:** El hecho de que su compañía tenga éxito significa que sus sistemas ya han sido probados en el mercado. Saque ventaja de este hecho. Trabaje en el sistema, tal como se lo presenten. No intente reinventar la rueda.
- d) Cuente su historia:** Cada vendedor es un relator de historias. En la mayoría de los casos, los vendedores cuentan historias sobre lo esencial y lo básico acerca de los usos y beneficios de los productos y servicios que venden. Los networkers en cambio, cuentan un tipo diferente de historia. Hablan sobre ellos mismos, sus vidas y objetivos, sus sueños y aspiraciones.
- e) Manténgalo Simple:** La clave del network marketing es la duplicación. Usted persuade a las personas de que se asocien a su red convenciéndolas de que pueden duplicar lo que usted o su auspiciador están haciendo. Cuanto más complejo o difícil parezca su negocio, menos duplicable le parecerá a sus contactos, y será menos probable que lo intenten.
- f) Tamizar y Seleccionar:** No pierda tiempo rogándole a la gente que se asocie a su negocio. Los contactos reacios son distribuidores pobres, aún cuando usted

logre asociarlos. La gente que usted quiere son los ansiosos, aquellos que están listos, dispuestos y capacitados para comenzar a trabajar ya.

g) Apoye a su red: Al igual que usted se apoyó en un mentor para comenzar, los miembros de su red, sus downlines, se apoyarán en usted. Cuanto más entrenamiento y apoyo les dé a sus asociados, mejor se desempeñarán para usted. En el network marketing, el liderazgo se trata de asegurarse de que la gente que usted asocia tenga una buena experiencia en su empresa y que ganen dinero. Usted logra esto ayudándolos a auspiciar a otras personas y enseñándoles las mismas lecciones que su auspiciador le enseñó a usted.

E) Herbalife

King y Robinson (2006), Herbalife es una compañía multinacional de nutrición con ventas anuales de casi 1.700 millones de dólares. La compañía nació por la tragedia personal de Mark Hughes. Cuando tenía dieciocho años, su madre murió por una sobredosis accidental de pastillas para adelgazar. Eso convenció al carismático fundador de la compañía a dedicar su vida a ayudar a otras personas a perder peso y mejorar su salud en forma segura y efectiva.

En febrero de 1980, Hughes lanzó Herbalife International. En su primer mes las ventas alcanzaron los 23.000 dólares. Al finalizar el primer año, las ventas ascendieron vertiginosamente a 2 millones de dólares.

Aunque en la actualidad es una sociedad pública que cotiza en el NASDAQ, Herbalife se inició en Berverly Hills, California, donde está ubicada actualmente su sede mundial. Con su agresiva política de expansión, Herbalife opera actualmente en cuarenta y seis países, y planea nuevas aperturas en años próximos. Además de sus esfuerzos internacionales de expansión, Herbalife está incrementando sus actividades comunitarias mediante la Fundación Familiar Herbalife, que participa en gran cantidad de tareas sociales y programas de caridad. Herbalife es miembro de la DSA y cuenta con 750.000 distribuidores independientes en todo el mundo. La compañía pone su énfasis en el uso de

hierbas y otros ingredientes naturales en sus líneas de productos nutritivos, de cuidado personal y de pérdida de peso.

Herbalife (2015). Herbalife es una empresa global de nutrición, fundada en 1980 por Mark Hughes en la ciudad de Los Ángeles, California. Sus productos incluyen suplementos alimenticios y fórmulas para el cuidado personal que combinan ingredientes botánicos de la más alta calidad, y cuentan con el respaldo de reconocidos expertos en las áreas de la nutrición y el bienestar. Además de un cambio hacia un estilo de vida más saludable, Herbalife ofrece a personas de toda condición una oportunidad de generar ganancias adicionales y emprender un negocio independiente compartiendo su historia de éxito, consumiendo los productos Herbalife y recomendándolos. Los productos y la Oportunidad de Negocio Independiente Herbalife están disponibles a las personas exclusivamente a través de sus Asociados Independientes.

a) Aspectos importantes sobre Herbalife

- ❖ **Objetivo:** Ayudar a las personas a encontrar una forma saludable de mejorar sus hábitos alimenticios
- ❖ **Misión:** Cambiar la vida de las personas ofreciendo los mejores productos del mundo para una buena nutrición y bienestar, así como la mejor oportunidad de negocio en venta directa.
- ❖ **Visión:** Cambiar la vida de las personas mejorar vidas de persona a persona, fomentando un estilo de vida más activo y saludable.
- ❖ **Nuestros Productos:** Nuestro compromiso con los estándares más exigentes en materia de seguridad y ciencia en el desarrollo y fabricación de nuestros productos es parte integral de nuestra misión para la nutrición. Somos producto del producto.
- ❖ **Nuestros Asociados Independientes:** Nos motivan las necesidades de nuestros Asociados Independientes y nos inspiran sus historias.
- ❖ **Nuestros Socios:** Procuramos rentabilidad y crecimiento a fin de incrementar el valor para todos nuestros socios, incluyendo Asociados Independientes, clientes, accionistas y empleados.

- ❖ **Nuestros Empleados:** Nos respetamos unos a otros, triunfamos como equipo y valoramos el sentido del humor.
- ❖ **Nuestras Comunidades:** Hacemos de nuestras comunidades mejor es lugar es para vivir trabajar.
- ❖ **Nuestro Trabajo:** Tomamos decisiones basadas en hechos, no en rumores. Trabajamos arduamente y somos responsables. Nos esforzamos en alcanzar la excelencia.
- ❖ **Nuestra Ética:** Hacemos las cosas de manera correcta honesta y ética actuamos debidamente.
- ❖ **Nuestra Filosofía:** Usamos, llevamos, hablamos.
- ❖ **Nuestra Actitud:** Lo hacemos ¡simple, divertido y mágico!

b) Plan de marketing

- ❖ **Ventas personales:** Haciendo ventas minoristas a sus clientes, le significará un ingreso inmediato del 35 al 48 por ciento, mientras crece su negocio.
- ❖ **Bonificación por liderazgo:** Por desarrollar un equipo de personas como usted, que deseen un ingreso extra, usted cobrará una comisión de entre 3 y 18 por ciento por las ventas que ellos realicen.
- ❖ **Bonificación por regalías:** Si mantienen el éxito por un período de tiempo, estos profesionales de red recibirán un ingreso pasivo por los equipos que hayan ayudado a convertirse en negocios independientes. El ingreso pasivo adicional de entre 2 y 9 por ciento ofrece ingreso residual a largo plazo.

c) El proceso de Herbalife

King y Robinson (2006). Menciona que Herbalife como cualquier otra empresa de Network Marketing tiene procesos para un desarrollo adecuado lo cual clasifica en tres actividades básicas.

❖ **Uso del producto:**

El distribuidor compra y usa el producto y los servicios que representa. Por medio de su uso, aprende y experimenta sus beneficios. Dicho en el lenguaje empleado por la industria, el usuario de un producto o servicio "se convierte en producto del producto". El distribuidor obtiene

crédito económico al comprarle a la compañía a un precio mayorista reducido. En algunos planes de compensación, puede ganar además una comisión o bonificación por desempeño sobre dicho consumo personal, si se lo incluye como parte del total de las ventas grupales del distribuidor.

❖ **Venta mayorista/minorista del producto a los clientes:**

El distribuidor puede vender el producto o servicio directamente a los clientes. Sobre la base de estas transacciones, el distribuidor puede obtener:

- Ganancia minorista (el precio que se le cobra al cliente menos el costo de los productos adquiridos al fabricante o compañía de network marketing)
- Comisión por ventas o bonificación por desempeño por los productos o servicios vendidos, premio que paga directamente la compañía proveedora.

❖ **Creación y administración de una organización de ventas:**

El distribuidor puede crear una organización de ventas asociando, capacitando y administrando un grupo de vendedores. Como recompensa por su esfuerzo de administración de las ventas, el distribuidor/ gerente de ventas cobra una combinación de extras, comisiones y bonificaciones por las ventas de todo el grupo que haya asociado, entrenado y administrado.

d) Escalera del éxito de Herbalife

- ❖ **Asociado independiente:** 25% en ganancias por ventas al menor.
- ❖ **Consultor mayor:** acumular un mínimo de 500 puntos de volumen en 1 mes 35% o 42%.
- ❖ **Constructor del éxito:** reciba un 42% de descuento en pedidos de 1000 puntos de volumen y pedidos posteriores durante el mismo mes de volumen.
- ❖ **Productor calificado:** acumular 2500 puntos de volumen en un periodo de 1 a 3 meses, con al menos 1000 puntos de volumen adquiridos personalmente.
- ❖ **Mayorista:** tiene 3 formas de calificar

- Acumular 4,000 puntos de volumen en 1 mes, con al menos 1.000 puntos de volumen.
- Acumular 4,000 puntos de volumen en un periodo de 2 meses consecutivos con al menos 1.000 puntos de volumen.
- Acumular 4,000 puntos de volumen en un periodo de 3 a 12 meses, con al menos 2.000 puntos de volumen.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

1. Tipo y Diseño de Investigación

El presente trabajo de investigación pertenece a la metodología cuantitativa y a su vez corresponde al diseño no experimental, ya que no se construye ninguna situación, se observan situaciones ya existentes, no provocadas. Es de tipo transversal, descriptiva - correlacional. Es transversal, porque se recolectan datos en un tiempo único, además, es descriptiva porque se indaga la incidencia y los valores de las variables de rasgos de personalidad y estilos de liderazgo dentro de la muestra determinada para describir lo que se investiga. Y es correlacional porque nos permite conocer la relación o grado de relación que existe entre las dos variables en un contexto particular, Hernández, Fernández y Baptista (2010).

2. Población y Muestra

La población está constituida por una organización de network marketing multinacional, conformada por 250 personas entre varones y mujeres, cuyas edades están comprendidas desde los 18 años en adelante; con distintos rangos y tiempos de asociación variable.

La muestra estuvo conformada por 180 personas o distribuidores independientes, aplicando una técnica de muestreo no probabilístico e intencionado, donde la elección de los sujetos no dependió de la probabilidad sino de las condiciones y la accesibilidad para contar el mayor número de distribuidores independientes en un tiempo determinado, bajo ciertos criterios.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010). La muestra es no probabilística cuando la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra.

Para ello se tuvo en cuenta los siguientes criterios:

- **Criterios de inclusión:**

- Distribuidores independientes pertenecientes a la organización y que radiquen en la Ciudad de Arequipa.
- Distribuidores independientes con una permanencia de 1 año dentro del negocio de redes de mercadeo.
- Distribuidores independientes que asistan a las conferencias impartidas por los líderes de mayores rangos.
- Distribuidores independientes que, luego de la debida conferencia, estén interesados en llenar los cuestionarios.

- **Criterios de exclusión:**

- Distribuidores independientes que tengan menos de 1 año en la organización.
- Los cuestionarios que tengan errores en el llenado, son invalidados, por lo tanto, no son contabilizados.

3. Material/ Instrumentos

Para la recopilación de la información se hizo uso de dos cuestionarios, estas son:

A) Inventario de Personalidad NEO-FFI Revisado.

a) Nombre: Instrumento de Personalidad NEO-FFI

b) Autor: Costa P. y McCrae R.

- c) **Aplicación:** Se aplica individual o colectivamente a personas mayores de 17 años y sin trastornos psicopatológicos serios y adultos de la población general.
- d) **Duración:** No hay un tiempo límite para realizar la prueba, aunque la duración media es de 10 a 15 minutos.
- e) **Finalidad:** Este inventario fue diseñado por Paul T. Costa (Jr.) & Robert R. McCrae (1978), en su adaptación española (1999), siendo la última revisión del test en su adaptación española (2008), esta versión revisada (NEO-FFI) está compuesta por los sesenta primeros ítems de la prueba NEO PI-R uno de los instrumentos más prestigiosos para la evaluación de la personalidad, con la finalidad de conocer a grandes rasgos los factores predominantes de la personalidad, sobre todo en el entorno de los negocios y basado en la evaluación mediante preguntas con respuesta acotada de los Cinco Grandes Factores de la Personalidad: Neuroticismo, Extraversión, Apertura, Amabilidad y Responsabilidad.
- f) **Estructura:** La prueba se compone de 60 frases, a las que hay que contestar señalando el grado de acuerdo o desacuerdo con ella, dentro de cinco posibles respuestas, las cuales son: totalmente de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo, en total desacuerdo. Si una persona duda sobre el significado de alguna frase o de cómo contestarla, debe señalar la opción Neutral.

g) Fiabilidad y Validez del NEO-FFI

Para el NEO-FFI, la consistencia es menor que el NEO PI-R, ya que es una versión bastante más reducida:

- N -> 0.79
- E -> 0.79
- O -> 0.80
- A -> 0.75
- C -> 0.83

No obstante, el NEO-FFI es utilizado por los investigadores más a menudo, recurriendo al NEO PI-R sólo para el estudio de los factores en los que están más interesados. Además, el NEO-FFI ha sido traducido y evaluado en muchos lenguajes y culturas diferentes. Así, también puede medirse el nivel de

consistencia de la prueba para cada uno de los países en los que ha sido adaptado, pudiendo ser utilizado para estudiar el “carácter nacional”.

h) Validación peruana: Validación del inventario de los cinco Factores NEO-FFI en español fue realizada por Martínez P. y Cassareto M. (2011). En estudiantes universitarios peruanos. La presente investigación analiza las propiedades psicométricas de la versión en español del NEO-FFI a través de dos estudios. El primero se realizó con 517 estudiantes universitarios a quienes se les aplicó el NEO-FFI original (Costa & McCrae, 1992). Se encontró una adecuada estructura factorial e índices de confiabilidad elevados para los factores N, E y C y aceptables para O y A. Ocho reactivos presentaron dificultades en su ubicación factorial, en su poder de discriminación o en ambos. En el segundo estudio se aplicó nuevamente el NEO-FFI con 16 reactivos adicionales a 204 estudiantes universitarios. Como resultado, cinco reactivos fueron reemplazados y tres neutralizados. Con estos cambios se elevó la confiabilidad de todas las escalas por encima de 0.70 y se incrementó el porcentaje de varianza total explicada a 38.29.

Validez de contenido

Contenido	Valoración	Puntuación
Calidad de la representación del contenido o dominio	Excelente	4,5
Consultas a expertos	No se aporta	

Fiabilidad del contenido

Contenido	Valoración	Puntuación
Datos aportados sobre fiabilidad	Coeficientes de fiabilidad para diferentes grupos de sujetos Datos aportados sobre fiabilidad.	

Baremación del contenido

Contenido	Valoración	Puntuación
Calidad de las normas	Adecuada	3
Tamaño de las muestras	Excelente	5
Procedimiento de selección de las muestras	Incidental	

- i) **Calificación:** La calificación de la prueba tiene un ejemplar auto corregible que integra las cuestiones, la hoja de respuestas, la plantilla de corrección manual, los baremos y el perfil gráfico. Para corregir la prueba hay que tener en cuenta la suma de cada factor, la suma de cada ítem va en escala ordinal de 0 a 4. Hay unos ítems que tiene orden inverso.
- j) **Interpretación:** Para interpretar los resultados se ubican la suma de las puntuaciones o puntajes directos del NEO FFI se obtienen sumando las respuestas de los 12 ítems de cada factor y se les convierte a percentiles, el Procedimiento de obtención de las puntuaciones directas es T (Media 50 y desviación típica 10).

B) Inventario de Estilos de Liderazgo

- a) **Nombre:** Inventario de Estilos de Liderazgo de KURT LEWIN
- b) **Autor:** Kurt Lewin
- c) **Aplicación:** Individual o colectiva, a personas mayores de 18 años.
- d) **Duración:** Aproximadamente 10 minutos
- e) **Finalidad:** Evaluación de tres estilos de liderazgo Autoritario, Democrático y Laissez Faire (Liberal).
- f) **Estructura:** La prueba está conformada por 33 ítems y tres estilos básicos de liderazgo: Autoritario, Democrático y Laissez Faire (Liberal).
- g) **Validez:** Representa en sus ítems todas las dimensiones e indicadores de la variable concordante con la teoría de estilos de liderazgo de K. Lewin. Además, cuenta con la validez de la opinión de expertos quienes analizaron los ítems en sus respectivas definiciones conceptuales y operacionales, en tal sentido los tres expertos en promedio otorgaron puntuaciones globales 88% y por indicadores: Claridad 84% Objetividad 91% Actualidad 91% Organización 87% Suficiencia 89% Intencionalidad 85% Consistencia 93% Coherencia 87%, Metodología 87% correspondiéndole un nivel de validez muy alto.

- h) Confiabilidad:** La confiabilidad del instrumento ítem por ítem, se verificó mediante el Coeficiente Kuder-Richardson (KR-20); con un valor total de 0.73 para el Test de Liderazgo.
- i) Calificación:** Acorde con las tablas de calificación se coloca un círculo en las preguntas que conteste “de acuerdo” (letra A) y posteriormente se suma el número de círculos por cada columna y se coloca el puntaje para cada estilo de liderazgo, de sus dimensiones y de las variables comprendidas.
- j) Interpretación:** se obtiene a partir de los valores para cada tipo de liderazgo, otorgando a cada encuestado una de las siguientes categorías: A, Acuerdo y D, Desacuerdo. Quedando listo el Test para su evaluación.

4. Procedimientos

- Se acudió a la empresa a solicitar el permiso para aplicar los cuestionarios de personalidad y estilos de liderazgo a sus distribuidores.
- Se realizaron las coordinaciones correspondientes y se dispusieron las condiciones necesarias de lugar y fechas para proceder con las evaluaciones. Para lo cual nos solicitó mantener total reserva del nombre de la empresa y de sus distribuidores.
- Se evaluó a las personas (distribuidores independientes) que asistieron a las conferencias realizadas por la organización, por un periodo de 3 meses (4 veces al mes) y se mantuvo el anonimato de los participantes como lo solicitó la empresa. El periodo de evaluación de los cuestionarios fue entre enero y marzo del 2017.
- Para analizar los resultados encontrados, hicimos uso de tablas estadísticas. Asimismo, en la parte descriptiva se aplicó análisis de frecuencias, mientras que para la parte inferencial se utilizó la rho de Spearman. Toda esta información se procesó mediante el paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS 24.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos de la investigación, a fin de ordenar los datos de las variables en relación a los objetivos, los resultados obtenidos de ambos cuestionarios fueron baseados en una matriz y toda esta información se procesó mediante el paquete estadístico para las ciencias sociales SPSS 24.0

Asimismo, los datos se presentan en tablas para describir la relación que existe entre los rasgos de personalidad y estilos de liderazgo de personas que pertenecen a un grupo de redes de mercadeo. Finalmente, para corroborar la correlación existente entre las dos variables de estudio, se utilizó la rho de Spearman.

Factores de Personalidad

Tabla N° 1: Factor Neuroticismo en relación al sexo

			Factor: Neuroticismo			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Sexo	Mujer	Frecuencia	114	2	10	126
		%	90,5%	1,6%	7,9%	100,0%
	Varón	Frecuencia	46	6	2	54
		%	85,2%	11,1%	3,7%	100,0%
Total	Frecuencia		160	8	12	180
	%		88,9%	4,4%	6,7%	100,0%

Estos resultados nos indican que el 90.5% del 100% de mujeres y 85.2% del 100% de varones presentan un nivel de neuroticismo bajo; esto indica que estas personas son estables emocionalmente. Asimismo, el 11,1% de varones presentan un nivel de neuroticismo medio. Por otro lado, se observa que el 7.9% del 100% de mujeres presentan un nivel de neuroticismo alto; estas personas son inestables emocionalmente.

Tabla N° 2: Factor Extraversión en relación al sexo

			Factor: Extraversión			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Sexo	Mujer	Frecuencia	16	8	102	126
		%	12,7%	6,3%	81,0%	100,0%
	Varón	Frecuencia	10	0	44	54
		%	18,5%	0,0%	81,5%	100,0%
Total	Frecuencia		26	8	146	180
	%		14,4%	4,4%	81,1%	100,0%

En esta tabla se observa que tanto mujeres (81%) como varones (81.5%) del 100% presentan un nivel de extraversión alto, estas personas prefieren estar en compañía y tienden a ser sociables; así mismo, el (12.7%) de mujeres y (18.5%) del 100% de varones tienen un nivel bajo de extraversión, por lo que son más tranquilos y reservados.

Tabla N° 3: Factor Apertura en relación al sexo

			Factor: Apertura			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Sexo	Mujer	Frecuencia	13	7	106	126
		%	10,3%	5,6%	84,1%	100,0%
	Varón	Frecuencia	5	0	49	54
		%	9,3%	0,0%	90,7%	100,0%
Total		Frecuencia	18	7	155	180
		%	10,0%	3,9%	86,1%	100,0%

En la tabla se observa que en el factor de apertura las personas de género femenino (84.1%) y masculino (90.7%) presentan un nivel de apertura alto; estas personas tienen una mentalidad abierta y mayor probabilidad de encontrar soluciones inteligentes a los problemas. Por otra parte, se observa que el (10.3%) de mujeres y el (9.3%) de varones tienen un nivel bajo de apertura, esto indica que estas personas prefieren a abstenerse de probar cosas nuevas y disfrutan con las rutinas,

Tabla N° 4: Factor amabilidad en relación al sexo

			Factor: Amabilidad			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	Mujer	Frecuencia	13	12	101	126
		%	10,3%	9,5%	80,2%	100,0%
	Varón	Frecuencia	4	7	43	54
		%	7,4%	13,0%	79,6%	100,0%
Total	Frecuencia		17	19	144	180
	%		9,4%	10,6%	80,0%	100,0%

En el factor de Amabilidad observamos que tanto mujeres (80.2%) como varones (79.6%) del 100% presentan un nivel de amabilidad alto; esto indica que estas personas, son agradables y tienden a llegar a la gente con facilidad. Asimismo, el 13% de varones tiene un nivel medio en el factor de amabilidad. Por otro lado, el 10.3% de mujeres tiene un nivel bajo de amabilidad, estas personas suelen anteponer su propio interés por encima de otros, mostrándose indiferentes con el bienestar de los demás.

Tabla N° 5: Factor responsabilidad en relación al sexo

			Factor: Responsabilidad			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	Mujer	Frecuencia	38	7	81	126
		%	30,2%	5,6%	64,3%	100,0%
	Varón	Frecuencia	11	1	42	54
		%	20,4%	1,9%	77,8%	100,0%
Total	Frecuencia		49	8	123	180
	%		27,2%	4,4%	68,3%	100,0%

En el factor de responsabilidad, se aprecia que tanto mujeres (64.3%) como varones (77.8%) del 100% presentan un nivel de responsabilidad alto; estos resultados nos indican que estas personas resultan exitosas a través de la planificación deliberada y de la persistencia en el logro de sus objetivos, así mismo, el 30.2% de mujeres y 20.4% de varones tienen un nivel bajo de responsabilidad, indicándonos que estas personas no tienen voluntad de logro, poco organizados e impuntuales.

Estilos de Liderazgo

Tabla N° 6: Estilo de liderazgo en relación al Sexo

			Estilo de liderazgo			Total
			Autoritario	Democrático	Laissez faire	
Sexo	Mujer	Frecuencia	4	105	17	126
		%	3,2%	83,3%	13,5%	100,0%
	Varón	Frecuencia	1	46	7	54
		%	1,9%	85,2%	13,0%	100,0%
Total	Frecuencia		5	151	24	180
	%		2,8%	83,9%	13,3%	100,0%

En la tabla observamos que el estilo de liderazgo que predomina en mujeres (83.3%) y varones (85.2%) del 100% es el estilo democrático; estas personas consideran que las normas se discuten y se determinan en grupo. Podemos apreciar también que el 13.5% de mujeres y 13% de varones tiene un estilo laissez faire, esto indica que los miembros del grupo toman decisiones libres sin la participación del líder. Solamente el 3.2% de mujeres y 1.9% de varones tiene un estilo autoritario, estas personas determinan todas las normas dentro del grupo.

Tabla N° 7: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo

		Autoritario	Democrático	Laissez faire
Rho de Spearman	Neuroticismo			
	Coeficiente de correlación	-,086	,001	-,006
	Sig. (bilateral)	,251	,994	,934
	N	180	180	180
	Extraversión			
	Coeficiente de correlación	,025	-,139	,161*
	Sig. (bilateral)	,735	,063	,031
	N	180	180	180
	Apertura			
	Coeficiente de correlación	,010	,050	,059
	Sig. (bilateral)	,890	,505	,435
	N	180	180	180
	Amabilidad			
	Coeficiente de correlación	-,032	-,108	,095
	Sig. (bilateral)	,666	,148	,205
	N	180	180	180
	Responsabilidad			
	Coeficiente de correlación	,050	-,162*	-,077
	Sig. (bilateral)	,505	,029	,307
	N	180	180	180

*Nivel de significancia al nivel 0.05 (bilateral)

Hallamos que el factor extraversión se correlaciona con el estilo de liderazgo laissez faire ($r=0.161$; $p<0.05$), siendo dicha correlación directamente proporcional, lo que nos indica que las personas mayormente extrovertidas se asocian con presentar más un estilo laissez faire. Así mismo, encontramos que el factor de responsabilidad se correlaciona con el estilo de liderazgo democrático ($r= -0.162$; $p<0.05$), siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que una mayor responsabilidad se asocia con presentar menos un estilo democrático.

Tabla N° 8: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en relación al sexo Femenino.

		Autoritario	Democrático	Laissez faire	
Rho de Spearman	Neuroticismo	Coeficiente de correlación	,174*	-,057	,055
		Sig. (bilateral)	,041	,523	,537
		N	126	126	126
	Extraversión	Coeficiente de correlación	,009	-,046	-,102
		Sig. (bilateral)	,924	,608	,257
		N	126	126	126
	Apertura	Coeficiente de correlación	,047	-,009	,043
		Sig. (bilateral)	,604	,923	,635
		N	126	126	126
	Amabilidad	Coeficiente de correlación	,108	-,096	,154
		Sig. (bilateral)	,227	,284	,085
		N	126	126	126
	Responsabilidad	Coeficiente de correlación	,104	-,202*	-,038
		Sig. (bilateral)	,248	,023	,670
		N	126	126	126

*Nivel de significancia al nivel 0.05 (bilateral)

Para el caso de las mujeres, hallamos que el factor neuroticismo se correlaciona con el estilo autoritario ($r=0.174$; $p<0.05$), siendo dicha correlación directamente proporcional, lo que nos indica que un mayor neuroticismo se asocia con presentar más un estilo autoritario. Así mismo, encontramos que el factor de responsabilidad se correlaciona con el estilo democrático ($r= -0.202$; $p<0.05$), siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que una mayor responsabilidad se asocia con presentar menos un estilo democrático.

Tabla N° 9: Correlación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo en relación al sexo Masculino.

		Autoritario	Democrático	Laissez faire	
Rho de Spearman	Neuroticismo	Coeficiente de correlación	,164	,107	-,158
		Sig. (bilateral)	,235	,440	,254
		N	54	54	54
	Extraversión	Coeficiente de correlación	,077	,337*	,297*
		Sig. (bilateral)	,582	,013	,029
		N	54	54	54
	Apertura	Coeficiente de correlación	-,087	,162	,098
		Sig. (bilateral)	,530	,241	,481
		N	54	54	54
	Amabilidad	Coeficiente de correlación	-,353*	-,143	-,056
		Sig. (bilateral)	,009	,301	,685
		N	54	54	54
	Responsabilidad	Coeficiente de correlación	-,125	-,101	-,187
		Sig. (bilateral)	,368	,470	,176
		N	54	54	54

*Nivel de significancia al nivel 0.05 (bilateral)

En cuanto a los varones, hallamos que el factor extraversión se correlaciona con el estilo de liderazgo democrático ($r=0.337$; $p<0.05$) y laissez faire ($r=0.297$; $p<0.05$), siendo dicha correlación directamente proporcional, lo que nos indica que una mayor extraversión se asocia con presentar más un estilo democrático y laissez faire. Así mismo, encontramos que el factor de amabilidad se correlaciona con el estilo autoritario ($r= -0.353$; $p<0.05$), siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que una mayor amabilidad se asocia con presentar menos un estilo autoritario.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El propósito de la siguiente investigación fue determinar la relación entre los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo de las personas emprendedoras en una red de mercadeo de la ciudad de Arequipa. La investigación se realizó mediante el enfoque cuantitativo de tipo descriptivo correlacional, de diseño no experimental transversal, se empleó un muestreo no probabilístico de carácter intencionado, donde participaron 180 distribuidores de una organización de network marketing (redes de mercadeo) de la ciudad de Arequipa.

En la actualidad hay un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto del ámbito académico como empresarial. En las últimas décadas se ha hecho evidente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor en la economía y las sociedades actuales, tanto por el desarrollo económico y social para las regiones, como por su contribución para atenuar su problema de desempleo, y de mejorar la competitividad en las regiones, Rueda, (2011).

La persona emprendedora de hoy, de ayer y de siempre debe ser capaz de comunicar, al menos su proyecto. Y debe poder ser capaz de negociar con empresas proveedoras de cualquier tipo. Disponer de aptitudes negociadoras y técnicas de comunicación persuasivas, son dos habilidades necesarias en cualquier momento. Pero la globalización de los mercados ha hecho que las empresas necesiten llegar mucho más lejos que antes, esto hace que las personas emprendedoras sean capaces de generar redes de apoyo para llegar a donde sea necesario. Estas personas deberían tener los rasgos de personalidad como la adaptabilidad (capaces de asimilar los cambios), ser responsables, flexibles, asumir riesgos, tener una visión de futuro realista, son optimistas y tienen mucho respeto por los demás, Rey (2012).

Por lo antes mencionado, es importante conocer el entorno en el que se mueve la persona emprendedora, la sociedad del conocimiento y la implantación de las nuevas tecnologías ha provocado un cambio importante en la capacidad de recibir información del entorno, con los grandes cambios ocasionados por la globalización, hoy más que nunca se requiere de buenos líderes, preparados no solo para entender los cambios sino para generarlos y que permitan a sus organizaciones competir exitosamente, Aldalpe, y otros (2011).

En nuestros resultados obtenidos se muestran una correlación estadísticamente significativa entre la dimensión de extraversión de la personalidad con el estilo de liderazgo laissez faire siendo dicha relación directamente proporcional. Lo que nos indica que las personas altamente sociables, asertivos y con alto grado de interacción, son personas que no influyen en absoluto en la toma de decisiones, ni intentan formar parte en el trabajo del grupo o participar en su actividad, pero si reúnen toda la información necesaria y raramente hacen comentarios sobre los resultados de los miembros del grupo.

Así mismo, encontramos que el factor de responsabilidad se correlaciona con el estilo de liderazgo democrático ($r = -0.162$; $p < 0.05$), siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que una mayor responsabilidad se asocia con presentar menos un estilo democrático.

Cervantes y Huaracallo (2015), en sus resultados se puede observar que los candidatos muestran preferencia por el estilo de liderazgo democrático, seguido por un estilo autoritario; mientras que en nuestra investigación se observa la preferencia del estilo de liderazgo democrático, seguido del estilo de *laissez faire*. Delgado (2004) El liderazgo arrastra toda una serie de ingredientes impulsivos imprescindibles para la promoción social, que incluyen un ir más allá de las posibilidades inmediatas, una visión de futuro con cierto grado de apasionamiento y su presencia en los sistemas democráticos reside en la capacidad de estimular la acción, de empujar a la actuación de los seguidores hacia el logro de sus objetivos.

Judge y Bono, (2000) en sus resultados obtenidos después de aplicar y analizar test especializados, para cada uno de los rasgos de la personalidad y de los tipos de líderes presentados anteriormente, muestran que las dimensiones conocidas como neuroticismo y conciencia no presentaron relaciones significativas con el liderazgo transformacional (son capaces de emocionar, atraer e inspirar a quienes dirigen para que hagan un esfuerzo adicional a fin de lograr las metas del grupo); mientras que extroversión y agradabilidad si mostraron relaciones significativas con el liderazgo transformacional.

Según Poe (2005), citado por Quispe (2016), menciona que el líder de Network Marketing debe cultivar seis características esenciales de personalidad, los cuales son: motivación, persistencia, capacidad de aprendizaje, piel curtida, actitud positiva y compasión.

Rey (2012), en su artículo “como debe ser la persona emprendedora de hoy en día”, menciona que la mayoría de las personas emprendedoras de hoy tienen menos de 40 años, provienen mayormente de ciudades y es principalmente un hombre, aunque se da un fuerte incremento de las mujeres en la creación de empresas.

En nuestros resultados (varones), hallamos que la dimensión extraversión de la personalidad se relaciona con el estilo de liderazgo democrático y *laissez faire*, siendo dicha relación directamente proporcional, lo que nos indica que una mayor extraversión

se asocia con presentar más un estilo democrático y laissez faire. Así mismo, encontramos que la dimensión amabilidad de la personalidad se relaciona con el estilo de liderazgo autoritario, siendo dicha relación inversamente proporcional, lo que nos indica que una mayor amabilidad se asocia con presentar menos un estilo autoritario.

Manosalvas y otros (2017). En su investigación *Personalidad y Liderazgo: “Análisis teórico de su Relación”*. Mencionan que muchos estudios han demostrado que la personalidad influye de manera significativa en algunos atributos del Liderazgo, en ciertos casos se han reportado correlaciones no tan fuertes entre estos atributos, así como relaciones no significativas. Lo que hace suponer que, este tipo de análisis, a pesar de que parte de fundamentos teóricos sustentados y ampliamente aceptados, constituyen solamente una primera aproximación al entendimiento del liderazgo.

Coincidimos con la investigación de Manosalvas y otros, que, existe una correlación entre los rasgos de personalidad y estilos de liderazgo; asimismo, una correlación significativa entre el rasgo de extraversión con el estilo de liderazgo laissez faire, seguido del rasgo de responsabilidad con el estilo de liderazgo democrático, siendo dicha relación inversamente proporcional.

En general podemos concluir que tanto los rasgos de personalidad y los estilos de liderazgo; nos permiten conocer un poco más sobre las características de las personas emprendedoras de redes de mercadeo. Esto nos lleva a poder orientar nuevas investigaciones con muestras más altas e integrar más organizaciones de Network Marketing con el fin de conocer a las personas y ayudarlas en su desarrollo personal, llevando a que estas personas generen sus propios recursos y puedan ser económicamente independientes. Esperamos que futuras investigaciones puedan seguir realizando estudios en esta misma línea investigativa, y que ahonden y amplíen la información de este tipo de temas, considerando otras variables.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Los rasgos de personalidad predominantes en las personas emprendedoras del sexo Masculino de una red de mercadeo de la ciudad de Arequipa es de (90.7%) en el factor de apertura, seguido de un 85.2% en el factor de neuroticismo (en el nivel bajo) con un (81.5%) se encuentra el factor de extraversión.

SEGUNDA: Los rasgos de personalidad predominantes en las personas emprendedoras del sexo Femenino de una red de mercadeo de la ciudad de Arequipa es de 90.5% en el factor de neuroticismo (en el nivel bajo), seguido con un (84.1%) presentan el factor de apertura (en el nivel alto) y con (81%) el factor de extraversión (en el nivel alto).

TERCERA: El estilo de liderazgo que predomina en mujeres (83.3%) y varones (85.2%) es el democrático; Podemos apreciar también que el 13.5% de mujeres y 13% de varones tiene un estilo laissez faire, esto indica que los miembros del grupo toman decisiones libres sin la participación del líder. Solamente el 3.2% de mujeres y 1.9% de varones tiene un estilo autoritario, indicándonos que estas personas determinan todas las normas dentro del grupo.

CUARTA: Existe una correlación directamente proporcional en el factor de extraversión con el estilo de liderazgo laissez faire, lo que nos indica que las personas mayormente extrovertidas se asocian con presentar más un estilo laissez faire. Así mismo, encontramos que el factor de responsabilidad se correlaciona con el estilo de liderazgo democrático siendo dicha correlación inversamente proporcional.

QUINTA: Para el caso de las mujeres, hallamos que el factor neuroticismo se correlaciona con el estilo de liderazgo autoritario siendo dicha correlación directamente proporcional, lo que nos indica que a mayor neuroticismo mayor autoritarismo. Así mismo, encontramos que el factor de responsabilidad se correlaciona con el estilo democrático, siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que a mayor responsabilidad menor estilo democrático.

SEXTA: En cuanto a los varones, hallamos el factor de extraversión se correlaciona con el estilo de liderazgo democrático y laissez faire siendo dicha correlación directamente proporcional, lo que nos indica que a mayor extraversión mayor estilo democrático y laissez faire. Así mismo, encontramos que el factor amabilidad se correlaciona con el estilo de liderazgo autoritario siendo dicha correlación inversamente proporcional, lo que nos indica que a mayor amabilidad menor estilo autoritario.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: En base a los resultados consideramos necesario sugerir a la institución que promueva cursos de capacitación que les permitan fortalecer sus capacidades de liderazgo con visión a mejorar los resultados individuales y organizacionales específicamente en el factor de responsabilidad, amabilidad y en el estilo democrático.

SEGUNDA: Se sugiere a los profesionales de la especialidad de psicología organizacional, realizar estudios complementarios desde el enfoque cualitativo, con la finalidad de ampliar la información acerca de las características de personalidad y estilo de liderazgo en personas emprendedoras dentro de organización Network Marketing.

TERCERA: Se recomienda realizar nuevas investigaciones con muestras más altas e integrar más organizaciones de Network Marketing, para dar mayor sostenibilidad a los resultados.

CUARTA: Se recomienda, realizar talleres sobre habilidades sociales, con el fin de mejorar las relaciones interpersonales con su grupo de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta J. (2012). ***“Liderazgo y emprendimiento innovador en nuevas empresas de base tecnológica un estudio de casos basado en un enfoque de gestión del conocimiento”***. Revista REAL Vol. 1 No. 1. Colombia. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/296331582_Liderazgo_y_Emprendimiento_Innovador_en_Nuevas_Empresas_de_Base_Tecnologica_Un_Estudio_de_Casos_basado_en_un_Enfoque_de_Gestion_del_Conocimiento.
- Aldalpe, y otros (2011). ***“Liderazgo y satisfacción en el trabajo ¿vale la pena estudiarlos?”***. Revista de economía, finanzas y negocios, Volumen 2, No.1. recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Alfonso_Aldape/publication/281595352_Liderazgo_y_Satisfaccion_en_el_Trabajo_Vale_la_Pena_Estudiarlos/links/55ef8ede08ae0af8ee1b2dba/Liderazgo-y-Satisfaccion-en-el-Trabajo-Vale-la-Pena-Estudiarlos.pdf.
- Bermúdez J. y otros (2012). ***“Psicología de la personalidad”***. Ed. Instituto internacional bravo murillo. Madrid – España.
- Cattell, R. (1947). ***“Rasgos de la personalidad”***, Recuperado el 18 de septiembre del 2017 de: <https://psicologiymente.net/personalidad/5-grandes-rasgos-de-personalidad>.
- Cervantes M. y Huaracallo R. (2015). ***“Liderazgo y personalidad en candidatos a las alcaldías distritales de la ciudad de Arequipa”***. Para optar el grado de Licenciadas. UNSA.
- Chiavenato, I. (2000). ***“Administración en los nuevos tiempos”***. Rio de Janeiro – Brasil.
- Costa P. y McCrae R. (2002). ***“Inventario Neo Reducido de Cinco Factores (NEO.FFI)”***. 2da Eds. Ed. TEA Ediciones, S.A. Madrid- España.

- Cloninger S. (2003). *“Teorías de la personalidad”*. 3ra eds. Ed.in - chief. México.
- Diario el comercio (2015). *“Perú es a quinta economía mundial con mayor emprendimiento”*. Publicado el 11 de marzo del 2015. Recuperado el 12 agosto del 2017 de <http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-quinta-economia-mundial-mayor-emprendimiento-186546>.
- Diario Gestión (2017). *“Perú ocupa cuarto lugar en emprendimiento en Latinoamérica”* publicado el 06 de abril del 2017. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/peru-ocupa-cuarto-lugar-emprendimiento-latinoamerica-132566>.
- Herbalife (2015). *“Nutrición para una vida mejor”*. Recuperado 17 de setiembre del 2017 de http://edge.myherbalife.com/vmba/media/54D6E6F2-DB9B-4E0B-9D73-9A266FBBB3C5/Web/General/Original/Libro_de_Presentacion-2014-es_SAMCAM.pdf.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010). *“Metodología de la Investigación”*. 5ta Eds. Ed. McGraw-Hill. México.
- Herrera C. (2012), *“Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor”*. Art. de investigación Científica y Tecnológica. Para optar el grado de Magister. Madrid – España. Recuperado de <http://revistascientificas.cuc.edu.co/index.php/economicascuc/article/view/194>.
- Judge, T. y Bono, J. (2000). *“Modelo de los cinco factores de personalidad y liderazgo transformacional”*. Revista de Psicología Aplicada.
- King CH. y Robinson J. (2006). *“Los nuevos profesionales: el surgimiento del network marketing como la próxima profesión de relevancia”*. Ed. Time y Money Network Editions. Buenos aires - Argentina.

- López. E. (2013). *“La importancia del liderazgo en las organizaciones”*. En su tesis de grado Barcelona- España. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2013/110463/TFG_elopezmartinez.pdf.

- Lorem I. (2017). *“El MLM y la venta directa logran un nuevo record en ventas en 2016”*, En la revista VN viva el networking. Recuperado el 22 de septiembre del 2017. <http://vivaelnetworking.com/2017/07/el-mlm-y-la-venta-directa-lograron-un-nuevo-record-en-ventas-en-2016-segun-la-wfdsa/>.

- Lorem I. (2017). *“Formas en las que la venta directa impulsa la economía mundial”*. En su revista VN viva el networking. Recuperado el 22 de septiembre del 2017. <http://vivaelnetworking.com/2017/06/5-formas-las-la-venta-directa-impulsa-la-economia-mundial/>.

- Lozano C. (2016). *“Liderazgo auténtico: comparativa de liderazgo en ONG y en empresas”*. Salamanca - España. Recuperado de <http://summa.upsa.es/high.raw?id=0000043548&name=00000001.original.pdf>.

- Lussier R. y Achua C. (2002). *“Liderazgo: Teoría, aplicación, desarrollo de habilidades”*. Ed. Thomson Editores S.A. México.

- Manosalvas C. y otros (2017). *“Personalidad y Liderazgo: Análisis teórico de su Relación”*. Revista innova, Vol 2, No. 5. Guayaquil- Ecuador.

- Martínez P. y Cassareto M. (2011). *“Validación del inventario de los cinco Factores NEO-FFI en español en estudiantes universitarios peruanos”*. Revista Mexicana de Psicología. vol. 28, núm. Distrito Federal – México.

- McGregor D. (2007). *“El lado humano de las empresas”*. Ed. Mc Graw Gill. México.

- Morris C. y Maisto A. (2005). *“Introducción a la psicología”*. 12ava Eds. Ed. Pearson educación. México.

- Paes F. (2002). *“Obstáculos para emprender”*. recuperado el 20 de septiembre del 2017 de: <https://www.entrepreneur.com/article/264058>.
- Pitalúa S. (2010). *“Liderazgo en las micro, pequeñas y medianas empresas”*. Recuperado el 5 de octubre del 2017. Veracruz – México.
- Poe R. (2004). *“Ola 4 el network marketing en el siglo XXI”*. Buenos Aires - Argentina.
- Poe R. (2005). *“Liderazgo estilo ola 4”*. 2da. Eds. Buenos Aires - Argentina.
- Portugal L. (2000). *“Psicología social”*. 1ra. Eds. Ed. Unsa. Arequipa – Perú.
- Quispe X. (2016). *“Cultura y Liderazgo organizacional en Network Marketing: Estudio realizado en Distribuidores independientes de Fuxion Biotech S.A.C”*. para optar el título profesional. Arequipa- Perú.
- Real Academia Española de la Lengua (2001). *“Diccionario de la lengua española”*. Madrid. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=emprendedor>.
- Rey (2012). *“Como debe ser una persona emprendedora hoy en día”*. en la revista Catalunya emprén. Recuperado el 27 de septiembre del 2017. http://inicia.gencat.cat/inicia/images/es/Com%20ha%20de%20ser%20la%20persona%20emprenedora%20d%27avui%20en%20dia%20CAS_tcm141-48999.pdf.
- Rincón A. (2003). *“El camino del líder”*. Ed. Robinbook S.L. Barcelona – España.
- Rodríguez M. (1997). *“Desarrollo de habilidades directivas”*. 2da Eds. México: recuperado de <https://es.scribd.com/doc/232150021/Liderazgo-Desarrollo-de-Habilidades-Directivas-2a-Ed#>.
- Rubio A. y otros (2014). *“Global entrepreneurship monitor”*. Ed. Santander. Universidad de Cantabria. España.

- Sánchez J. (2010). ***“Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (Coe)”***. Revista Latinoamericana de Psicología, vol. 42, núm. 1. Bogotá, Colombia.
- Schultz D. Schultz S. (2010). ***“Teorías de la personalidad”***. 9na Eds. Ed. Corporativo Santa Fe. México.
- Simkin H. Etchezahar E (2012). ***“Personalidad y autoestima desde el modelo y la teoría de los cinco factores”***. Revista hologramatica vol. 2 Num. 17. Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Buenos Aires - Argentina.
- Stephen R. y Timothy J. (2009). ***“Comportamiento organizacional”***. 13ª Eds. Ed. Pearson Education. México.
- Torres V. y Torres L. (2013). ***“Personalidad y su tendencia a desarrollar estilos de liderazgo específicos”***. Revista fenopina Nro 66. Ecuador.
- Torres, Torres M. (2013). ***“Capacidades emprendedoras y personalidad eficaz en estudiantes de una universidad privada de lima”***. Revista de la facultad de psicología. Vol. 16 - N° 2 – 2013. Lima – Perú.
- Yarnell M. Yarnell R. (2001). ***“Su primer año en el Network marketing”***. Ed. Time y Money Network Editions. Buenos Aires- Argentina.

APENDICE

A) Cuestionario NEO-FFI

B) Cuestionario de Estilos de Liderazgo

C) Solicitud Dirigida a la Empresa Herbalife

A) Instrumento de Personalidad NEO-FFI

Tiempo de Permanencia en la Empresa:

Sexo:

Marque teniendo en cuenta lo siguiente:

A: En total desacuerdo

B: En desacuerdo

C: Neutral

D: De acuerdo

E: Totalmente de acuerdo

Nº	Ítems	A	B	C	D	E
1.	A menudo me siento inferior a los demás					
2.	Soy una persona alegre y animosa					
3.	A veces cuando leo poesía o contemplo una obra de arte, siento una profunda emoción y excitación					
4.	Tiendo a pensar lo mejor de la gente					
5.	Parece que nunca voy a ser capaz de organizarme					
6.	Rara vez me siento con miedo o ansioso					
7.	Disfruto mucho hablando con la gente					
8.	La poesía tiene poco o ningún efecto en mí					
9.	A veces intimidado o adulo a la gente para que haga lo que yo quiero					
10.	Tengo unos objetivos claros y me esfuerzo por alcanzarlos de forma ordenada					
11.	A veces me vienen a la mente pensamientos aterradores					
12.	Disfruto en las fiestas en las que hay mucha gente					
13.	Tengo una variedad de intereses intelectuales					
14.	A veces consigo con artimañas que la gente haga lo que yo quiero					
15.	Trabajo mucho para conseguir mis metas					
16.	A veces me parece que no valgo absolutamente nada					
17.	No me considero especialmente alegre					

18.	Me despiertan la curiosidad las formas que encuentro en el arte y la naturaleza					
19.	Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear					
20.	Tengo mucha autodisciplina					
21.	A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza					
22.	Me gusta tener mucha gente alrededor					
23.	Encuentro aburrida las discusiones filosóficas					
24.	Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar					
25.	Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias					
26.	Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces me siento que me voy a desmoronar					
27.	No soy tan vivo ni tan animado como otras personas					
28.	Tengo mucha fantasía					
29.	Mi primera reacción es confiar en la gente					
30.	Trato de hacer mis tareas con cuidado, para que no haya que hacerlas otra vez					
31.	A menudo me siento inquieto					
32.	Soy una persona muy activa					
33.	Me gusta concentrarme en un ensueño o fantasía, dejándolo crecer y desarrollarse, explotar todas sus posibilidades					
34.	Algunas personas piensan de mí que soy frío y calculador					
35.	Me esfuerzo por llegar a la perfección en todo lo que hago					
36.	A veces me he sentido amargado y resentido					
37.	En reuniones, por lo general prefiero que me hablen otros					
38.	Tengo poco interés en andar pensando sobre la naturaleza sobre la naturaleza del universo o la condición humana					
39.	Tengo mucha fe en la naturaleza humana					

40.	Soy eficiente y eficaz en mi trabajo					
41.	Soy bastante estable emocionalmente					
42.	Huyo de las multitudes					
43.	A veces pierdo el interés cuando la gente habla de cuestiones muy abstractas o teóricas					
44.	Trato de ser humilde					
45.	Soy una persona productiva, que siempre termina su trabajo					
46.	Rara vez estoy triste o deprimido					
47.	A veces reboso felicidad					
48.	Experimento una gran cantidad de emociones o sentimientos					
49.	Creo que la mayoría de la gente con la que trato es honrada y fidedigna					
50.	En ocasiones primero actúo y luego pienso					
51.	A veces hago las cosas impulsivamente y luego me arrepiento					
52.	Me gustan estar donde está la acción					
53.	Con frecuencia pruebo comidas nuevas o de otros países					
54.	Puedo ser sarcástico y mordaz si es necesario					
55.	Hay tantas pequeñas cosas que hacer que a veces lo que hago es no atender a ninguna					
56.	Es difícil que yo pierda los estribos					
57.	No me gusta mucho charlar con la gente					
58.	Rara vez experimento emociones fuertes					
59.	Los mendigos no me inspiran simpatía					
60.	Muchas veces no preparo de antemano lo que tengo que hacer					

¿Ha respondido a todas las frases? (SI) (NO)

¿Ha anotado sus respuestas en los lugares indicados? (SI) (NO)

¿Ha respondido fiel y sinceramente a todas las frases? (SI) (NO)

Edad: 30 F.

Marque con un aspa (x) según corresponda, considerando las siguientes indicaciones:

A: En total desacuerdo B: En desacuerdo C: Neutral D: De acuerdo E: Totalmente de acuerdo

Nº	Items	A	B	C	D	E
1	A menudo me siento inferior a los demás	X				
2	Soy una persona alegre y animosa					X
3	A veces cuando leo poesía o contemplo una obra de arte, siento una profunda emoción y excitación		X			
4	Tiendo a pensar lo mejor de la gente				X	
5	Parece que nunca voy a ser capaz de organizarme	X				
6	Rara vez me siento con miedo o ansioso				X	
7	Disfruto mucho hablando con la gente				X	
8	La poesía tiene poco o ningún efecto en mí			X		
9	A veces intimidado o adulo a la gente para que haga lo que yo quiero		X			
10	Tengo unos objetivos claros y me esfuerzo por alcanzarlos de forma ordenada				X	
11	A veces me vienen a la mente pensamientos aterradores		X			
12	Disfruto en las fiestas en las que hay mucha gente					X
13	Tengo una variedad de intereses intelectuales				X	
14	A veces consigo con artimañas que la gente haga lo que yo quiero	X				
15	Trabajo mucho para conseguir mis metas					X
16	A veces me parece que no valgo absolutamente nada	X				
17	No me considero especialmente alegre	X				
18	Me despiertan la curiosidad las formas que encuentro en el arte y la naturaleza				X	
19	Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear		X			
20	Tengo mucha autodisciplina				X	
21	A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza		X			
22	Me gusta tener mucha gente alrededor					X
23	Encuentro aburrida las discusiones filosóficas		X			
24	Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar				X	
25	Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias					X
26	Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces me siento que me voy a desmoronar	X				
27	No soy tan vivo ni tan animado como otras personas	X				
28	Tengo mucha fantasía				X	
29	Mi primera reacción es confiar en la gente				X	
30	Trato de hacer mis tareas con cuidado, para que no haya que hacerlas otra vez				X	
31	A menudo me siento inquieto		X			
32	Soy una persona muy activa				X	
33	Me gusta concentrarme en un ensueño o fantasía, dejándolo crecer y desarrollarse, explotar todas sus posibilidades				X	
34	Algunas personas piensan de mí que soy frío y calculador	X				
35	Me esfuerzo por llegar a la perfección en todo lo que hago			X		
36	A veces me he sentido amargado y resentido	X				
37	En reuniones, por lo general prefiero que me hablen otros		X			
38	Tengo poco interés en andar pensando sobre la naturaleza sobre la naturaleza del universo o la condición humana		X			
39	Tengo mucha fe en la naturaleza humana					X
40	Soy eficiente y eficaz en mi trabajo				X	
41	Soy bastante estable emocionalmente				X	
42	Huyo de las multitudes		X			
43	A veces pierdo el interés cuando la gente habla de cuestiones muy abstractas o teóricas			X		
44	Trato de ser humilde				X	
45	Soy una persona productiva, que siempre termina su trabajo					X
46	Rara vez estoy triste o deprimido				X	
47	A veces reboso felicidad					X
48	Experimento una gran cantidad de emociones o sentimientos				X	
49	Creo que la mayoría de la gente con la que trato es honrada y fidedigna				X	
50	En ocasiones primero actúo y luego pienso		X			
51	A veces hago las cosas impulsivamente y luego me arrepiento		X			
52	Me gustan estar donde está la acción				X	
53	Con frecuencia pruebo comidas nuevas o de otros países			X		
54	Puedo ser sarcástico y mordaz si es necesario				X	
55	Hay tantas pequeñas cosas que hacer que a veces lo que hago es no atender a ninguna	X				
56	Es difícil que yo pierda los estribos				X	
57	No me gusta mucho charlar con la gente	X				
58	Rara vez experimento emociones fuertes	X				
59	Los mendigos no me inspiran simpatía	X				
60	Muchas veces no preparo de antemano lo que tengo que hacer	X				

A) Inventario de Estilos de Liderazgo de KURT LEWIN

Lea los siguientes enunciados. Marque la “A” si está de acuerdo, y “D” si está en desacuerdo.

1.	Un líder que mantiene relaciones amistosas con su personal le cuesta imponer disciplina.	A	D
2.	Los empleados obedecen mejor los mandos amistosos que a los que no lo son.	A	D
3.	Los contactos y las comunicaciones personales deben reducirse a un mínimo por parte del jefe. El líder ha de mantener los mínimos contactos y comunicaciones personales con sus subordinados.	A	D
4.	Un líder debe hacer sentir siempre a su personal que él es el que manda	A	D
5.	Un mando debe hacer reuniones para resolver desacuerdos sobre problemas importantes.	A	D
6.	Un líder no debe implicarse en la solución de diferencias de opiniones entre sus subordinados.	A	D
7.	Castigar la desobediencia a los reglamentos es una de las formas más eficientes para mantener la disciplina.	A	D
8.	Es conveniente explicar el porqué de los objetivos y de las políticas de la empresa	A	D
9.	Cuando un subordinado no está de acuerdo con la solución que su superior da a un problema, lo mejor es pedir al subordinado que sugiera una mejor alternativa y atenerse a ella.	A	D
10.	Cuando hay que establecer objetivos, es preferible que el mando lo haga solo.	A	D
11.	Un líder debe mantener a su personal informado sobre cualquier decisión que le afecte.	A	D
12.	El líder debe establecer los objetivos, y que sean los subordinados los que se repartan los trabajos y determinen la forma de llevarlos a cabo.	A	D

13.	Usted considera que octubre es el mejor mes para hacer ciertas reparaciones. La mayoría de los trabajadores prefiere noviembre. Usted decide que será octubre.	A	D
14.	Usted considera que octubre es el mejor mes para hacer las reparaciones en la planta. Un subordinado dice que la mayoría prefiere noviembre. La mejor solución es someter el asunto a votación.	A	D
15.	Para comunicaciones diarias de rutina, el mando debe alentar a sus subordinados a que se pongan en contacto con él.	A	D
16.	En grupo rara vez se encuentran soluciones satisfactorias a los problemas.	A	D
17.	Si dos subordinados están en desacuerdo sobre la forma de ejecutar una tarea, lo mejor que puede hacer el mando es llamar a los dos a su despacho y buscar una solución entre los tres.	A	D
18.	Los empleados que demuestren ser competentes no deben ser supervisados	A	D
19.	Cuando se discuten asuntos importantes, el supervisor no debe permitir al subordinado que manifieste sus diferencias de opiniones, excepto en privado.	A	D
20.	Un mando debe supervisar las tareas de cerca, para tener oportunidad de establecer contactos y dirección personal.	A	D
21.	Si dos subordinados están en desacuerdo sobre la forma de ejecutar una tarea, el mando debe pedirles que se reúnan para que resuelvan sus diferencias y que le avisen del resultado.	A	D
22.	Un buen líder es aquel que puede despedir fácilmente a un subordinado cuando lo crea necesario.	A	D
23.	Lo mejor que puede hacer un supervisor al asignar un trabajo es solicitar al subordinado que le ayude a preparar los objetivos.	A	D
24.	Un líder no debe preocuparse por las diferencias de opinión que tenga con su personal. Se atiene al buen juicio de sus subordinados.	A	D
25.	Un subordinado debe lealtad en primer lugar a su mando inmediato.	A	D
26.	Cuando un subordinado critica a su jefe, lo mejor es discutir dichas diferencias en forma exhaustiva	A	D

27.	Al supervisor le basta obtener datos de cada unidad bajo su supervisión para comparar resultados y detectar fácilmente las deficiencias.	A	D
28.	Cuando se fijan objetivos, un mando no debe confiar mucho en las recomendaciones de sus subordinados.	A	D
29.	Cuando se tiene que fijar objetivos, el supervisor debe fijarlos de preferencia a través de una discusión amplia con los subordinados inmediatos.	A	D
30.	Son los subordinados mismos quienes deben procurarse adecuada información para su autocontrol.	A	D
31.	No conviene promover reuniones de grupo pequeño con el personal. Es preferible realizar asambleas para comunicar las decisiones importantes.	A	D
32.	Para ventilar los problemas de trabajo son preferibles los grupos pequeños, coordinados por el mando, a las asambleas.	A	D
33.	El buen jefe se preocupa solo de los resultados, sin entrometerse nunca a examinar los métodos y procedimientos que emplea su personal.	A	D

Edad: 30 Sexo: Femenino
 Tiempo de permanencia: 2 años

Marque con un aspa (x) la respuesta que usted elija, teniendo en cuenta que:

A: si está de acuerdo

D: si está en desacuerdo

Nro	Ítems	A	D
1	Un líder que mantiene relaciones amistosas con su personal le cuesta imponer disciplina.		X
2	Los empleados obedecen mejor los mandos amistosos que a los que no lo son.	X	
3	Los contactos y las comunicaciones personales deben reducirse a un mínimo por parte del jefe. El líder ha de mantener los mínimos contactos y comunicaciones personales con sus subordinados.		X
4	Un líder debe hacer sentir siempre a su personal que él es el que manda		X
5	Un mando debe hacer reuniones para resolver desacuerdos sobre problemas importantes.	X	
6	Un líder no debe implicarse en la solución de diferencias de opiniones entre sus subordinados.		X
7	Castigar la desobediencia a los reglamentos es una de las formas más eficientes para mantener la disciplina.		X
8	Es conveniente explicar el porqué de los objetivos y de las políticas de la empresa	X	
9	Cuando un subordinado no está de acuerdo con la solución que su superior da a un problema, lo mejor es pedir al subordinado que sugiera una mejor alternativa y atenerse a ella.		X
10	Cuando hay que establecer objetivos, es preferible que el mando lo haga solo.		X
11	Un líder debe mantener a su personal informado sobre cualquier decisión que le afecte.	X	
12	El líder debe establecer los objetivos, y que sean los subordinados los que se repartan los trabajos y determinen la forma de llevarlos a cabo.		X
13	Usted considera que octubre es el mejor mes para hacer ciertas reparaciones. La mayoría de los trabajadores prefiere noviembre. Usted decide que será octubre.		X
14	Usted considera que octubre es el mejor mes para hacer las reparaciones en la planta. Un subordinado dice que la mayoría prefiere noviembre. La mejor solución es someter el asunto a votación.		X
15	Para comunicaciones diarias de rutina, el mando debe alentar a sus subordinados a que se pongan en contacto con él.		X
16	En grupo rara vez se encuentran soluciones satisfactorias a los problemas.		X
17	Si dos subordinados están en desacuerdo sobre la forma de ejecutar una tarea, lo mejor que puede hacer el mando es llamar a los dos a su despacho y buscar una solución entre los tres.	X	
18	Los empleados que demuestren ser competentes no deben ser supervisados		X
19	Cuando se discuten asuntos importantes, el supervisor no debe permitir al subordinado que manifieste sus diferencias de opiniones, excepto en privado.		X
20	Un mando debe supervisar las tareas de cerca, para tener oportunidad de establecer contactos y dirección personal.	X	
21	Si dos subordinados están en desacuerdo sobre la forma de ejecutar una tarea, el mando debe pedirles que se reúnan para que resuelvan sus diferencias y que le avisen del resultado.		X
22	Un buen líder es aquel que puede despedir fácilmente a un subordinado cuando lo crea necesario.		X
23	Lo mejor que puede hacer un supervisor al asignar un trabajo es solicitar al subordinado que le ayude a preparar los objetivos.		X
24	Un líder no debe preocuparse por las diferencias de opinión que tenga con su personal. Se atiene al buen juicio de sus subordinados.		X
25	Un subordinado debe lealtad en primer lugar a su mando inmediato.	X	
26	Cuando un subordinado critica a su jefe, lo mejor es discutir dichas diferencias en forma exhaustiva		X
27	Al supervisor le basta obtener datos de cada unidad bajo su supervisión para comparar resultados y detectar fácilmente las deficiencias.		X
28	Cuando se fijan objetivos, un mando no debe confiar mucho en las recomendaciones de sus subordinados.		X
29	Cuando se tiene que fijar objetivos, el supervisor debe fijarlos de preferencia a través de una discusión amplia con los subordinados inmediatos.	X	
30	Son los subordinados mismos quienes deben procurarse adecuada información para su autocontrol.		X
31	No conviene promover reuniones de grupo pequeño con el personal. Es preferible realizar asambleas para comunicar las decisiones importante-s.		X
32	Para ventilar los problemas de trabajo son preferibles los grupos pequeños, coordinados por el mando, a las asambleas.	X	
33	El buen jefe se preocupa solo de los resultados, sin entrometerse nunca a examinar los métodos y procedimientos que emplea su personal.		X

C) Solicitud Dirigida A la Organización HERBALIFE

"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU"

Arequipa, 05 de Diciembre del 2016

SEÑOR (es):

EMPRESA HERBALIFE

Presente.

Yo Ingrid Baños Nina, identificada con DNI N° 71062279 y Yúrico Uscamayta Huamani, identificada con DNI N° 72304886, Egresadas de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Nacional de San Agustín. Es grato dirigimos a ustedes, para expresarles un cordial saludo e invitar a las personas que trabajan dentro de su organización como distribuidores independientes a participar en una investigación que lleva el nombre de "Rasgos de Personalidad y Estilos de Liderazgo en personas Emprendedoras de una Red de Mercadeo en la Ciudad de Arequipa".

Agradeciendo su gentil colaboración que beneficiará tanto a su Organización como a nuestra formación profesional, y esperando que sea un punto de partida para el enriquecimiento del conocimiento.

Atentamente,


Ingrid Baños Nina
DNI N° 71062279


Yúrico Uscamayta Huamani
DNI N° 72304886

Recibido
05-12-2016

CASOS

Caso N° 1

Clínico

ANAMNESIS

I. DATOS DE FILIACIÓN

Apellidos y Nombres	: Jesusa C. M.
Fecha de Nacimiento	: 03-10-1959
Edad	: 57 Años
Lugar de Nacimiento	: Arequipa
Grado de Instrucción	: 5to de Secundaria
Estado Civil	: Conviviente
Procedencia	: Caylloma
Ocupación	: Empleada
Religión	: Católica
Informantes	: Paciente
Fecha de Evaluación	: 12 de Agosto del 2017
Examinadora	: Baños Nina Ingrid Ubaldina

II. MOTIVO DE CONSULTA:

La señora Jesusa es traída a consulta por su hija refiriendo “que su madre ha sufrido violencia física y psicológica durante varios años por parte de su esposo”.

III. HISTORIA DEL PROBLEMA ACTUAL

La paciente refiere que a los 31 años regresa a Caylloma de la ciudad de Lima con sus tres menores hijos para cuidar a su madre que se encontraba mal de salud. Después de vivir más de 3 años en Caylloma conoce a su pareja actual de nombre Ernesto con el cual llega a formar una nueva familia.

La paciente refiere que los problemas empiezan a partir que queda embarazada, su pareja empieza con los celos, insultos, no quiere hacerse responsable del bebé y en ocasiones le llegó a levantar la mano.

La señora Jesusa refiere que se sentía muy asustada no sabía qué hacer y le preocupaba el qué dirán, además ya tenía 4 hijos y seguro que la gente hablarían mal de ella y por lo tanto decidió quedarse a lado de su pareja con la esperanza de que algún día llegaría a cambiar.

La paciente refiere que ya ha transcurrido 25 años de convivencia de los cuales tienen 5 hijos con su actual pareja, y aun su esposo no ha cambiado, los problemas han aumentado simplemente por sus celos, machismo y sus infidelidades, la paciente refiere "que ya no soporta vivir con su esposo estos últimos años se han convertido en un infierno, no le deja vivir en paz, le saca celos de la nada, le cela con todo el mundo le insulta y muchas veces le comenta y pide consejos para salir con otras mujeres" tal situación ha llevado a la paciente a querer quitarse la vida tomando raticida.

IV. ANTECEDENTES PERSONALES:

1. Etapa Pre-natal, natal y post-natal

A. Etapa Prenatal: Embarazo o Gestación

La madre en el momento de la gestación tenía 36 años de edad, el padre 38, el embarazo no fue planificado. El desarrollo del embarazo se dio dentro de la normalidad sin ninguna complicación.

B. Nacimiento:

La paciente nació a los 9 meses, con un peso de 2.600 kg y con una talla de 48 cm aproximadamente el parto fue natural y fue atendida por una partera.

C. Etapa Post Natal

La paciente refiere haber recibido leche materna hasta el año y medio, momento en el que se produjo el destete, el cual no fue difícil.

Con respecto a los hábitos, son buenos, controló el esfínter vesical nocturno-diurno a los 2 años y medio, esfínter anal nocturno- diurno aproximadamente a

los 3 años, en cuanto a su alimentación menciona que comía todo lo que su madre le proporcionaba.

La relación con sus padres era distante ya que ellos tenían que salir a trabajar a la chacra y ella quedaba al cuidado de su hermano mayor el cual la consentía y engreía mucho.

D. Desarrollo Psicomotor

Refiere no haber tenido ningún problema psicomotor

2. Etapa escolar

A. Educación Inicial

La paciente ingreso a inicial a los 7 años aproximadamente, sus clases eran irregulares porque en ocasiones no le alcanzaba el tiempo para ir al jardín ya que tenía que ir a la chacra.

B. Educación Primaria

A los 9 años ingreso al primer grado de primaria en la I.E San Martin de Thours de su distrito de Sibayo en la provincia de Caylloma donde su asistencia a la escuela fue de forma irregular debido a que tenía que escapar de su casa y de sus padres con mentiras diciendo que iba a la chacra a ver los animales pero en realidad iba a la escuela.

La paciente refiere que le gustaba estudiar, fue una niña aplicada, cumplía con sus tareas y era muy buena en las matemáticas.

Llego a culminar sus estudios primarios sin ningún problema.

C. Educación Secundaria

Sus estudios secundarios lo inicio en la ciudad de Lima en el horario nocturno ya que en la mañana tenía que trabajar en casa. La paciente indica que sus estudios fue complicado” en la mañana tenía que hacer el desayuno, lavar, hacer el almuerzo, la cena y cuando regresaba de estudiar tenía que llegar a lavar los servicios”.

A pesar de todas las actividades que realizaba llego a terminar los estudios secundarios sin ningún problema recibiendo felicitaciones de sus profesores.

3. Desarrollo y función sexual

A. Aspectos Fisiológicos

No tuvo ningún problema en su desarrollo sexual y físico, tuvo su menarquia a los 15 años.

B. Aspecto Psicosexual

Tuvo dos enamorados antes de conocer a su esposo, a los 22 años conoce a su primera pareja con el cual se casó y tuvo 3 hijos, a los 33 años conoce a su segunda pareja con el cual vive hasta el momento y tiene 5 hijos.

C. Historia y recreación de la vida

Cuando era pequeña le gustaba jugar con sus amigas, se relacionaba fácilmente con nuevas personas, le agradaba jugar vóley y futbol y participar en todas las actividades del colegio como danza, poesía o cualquier tipo de concurso.

D. Actividad laboral

A los 15 años empezó a trabajar en casa hasta los 22 años donde conoció a su esposo, a los 33 años se volvió a comprometer, actualmente tiene un negocio (tienda de abarrotes) y pequeño restaurant donde pasa el mayor tiempo después de enviar al inicial a su nieta.

E. Hábitos e influencias nocivas o tóxicas

La evaluada hasta el momento no ha consumido sustancia toxicas, cigarrillos o drogas, tampoco consume alcohol, solo alcohol en ocasiones especiales.

F. Enfermedades y accidentes

A los 22 años se enfermó de anemia el cual se quedó postrada en cama por 2 semanas aproximadamente.

A los 40 años queda embarazada de su 5ta hija tuvo amenaza de aborto, se presentaron problemas como la presión alta, soplo al corazón y migraña.

A los 50 años se operó de un tumor en la ingle.

Actualmente toma medicamentos para la presión arterial (captopril) y citalopram.

G. Personalidad Pre-mórbida

Cuando era niña menciona que era engreída y consentida por su hermano mayor ya que pasaba mucho tiempo a su cuidado mientras que, con sus padres la relación era distante; menciona que sufrió mucho cuando su hermano la dejó al cuidado de sus padres porque tuvo que viajar a la ciudad de Lima es allí donde comienza a recibir los primeros maltratos por parte de su madre la cual le hacía lavar la ropa de madrugada, ir a la chacra con los pies descalzos. Cuando cumplió los 15 años a escondidas se fue a Lima con una tía la cual le buscó trabajo como ama de casa.

A los 22 años conoce a su primera pareja con la cual tuvo 3 hijos la relación fue muy bonita y estable, menciona hasta que tuvo que regresar a Caylloma a cuidar a su madre ya que se encontraba mal de salud.

A los 3 años que se encontraba al cuidado de su madre en Caylloma, no recibía visita ni llamada de su esposo solo rumores de que tenía otra mujer, es allí donde la paciente conoce y comienza a frecuentar a su actual pareja con el cual tiene 5 hijos.

Los problemas empiezan a partir que queda embarazada, su pareja empieza con los celos, insultos, no quiere hacerse responsable del bebé y en ocasiones le llegó a levantar la mano. La paciente no sabía qué hacer, le preocupaba sus 4 hijos y lo que la gente dirían de ella y por lo tanto decidió quedarse a lado de su pareja con la esperanza de que algún día llegaría a cambiar.

La paciente refiere que ya ha transcurrido 25 años de convivencia de los cuales tienen 5 hijos y aun su esposo no ha cambiado los problemas han aumentado simplemente por sus celos, machismo y sus infidelidades, la paciente refiere "que ya no soporta vivir con su esposo estos últimos años se han convertido en un infierno, no le deja vivir en paz, le saca celos de la nada, le cela con todo el mundo, le insulta y muchas veces le comenta y pide consejos para salir con otras mujeres" y ello le ha llevado a pensar en quitarse la vida tomando raticida.

V. ANTECEDENTES FAMILIARES

a) Composición Familiar:

La paciente vive con su actual pareja, su hijo mayor, su nuera y su nieta.

b) Dinámica familiar

La dinámica familiar es tensa por los conflictos de pareja.

La paciente, menciona que cuenta con el apoyo de sus hijos para enfrentar el problema a pesar que no vive con la mayoría de ellos, pero la relación sigue siendo cercana y ha sentido el apoyo en momentos difíciles de parte de sus hijos.

c) Condición socioeconómica

Los ingresos de la familia pueden indicar que se encuentra en una clase media, ya que sus ingresos provienen de su negocio y el trabajo de su hijo como secretario en la municipalidad.

VI. RESUMEN

La madre en el momento de la gestación tenía 36 años de edad, el padre 38, el embarazo no fue planificado. El desarrollo del embarazo se dio dentro de la normalidad sin ninguna complicación. La paciente refiere que a los 31 años regresa a Caylloma de la ciudad de Lima con sus tres menores hijos para cuidar a su madre que se encontraba mal de salud. Después de vivir más de 3 años en Caylloma conoce a su pareja actual de nombre Ernesto con el cual llega a formar una nueva familia. Los problemas empiezan desde que la paciente queda embarazada, es el inicio de los insultos y humillaciones que le propicionaba su pareja, ha pasado 25 años y no ha cambiado, por el contrario ha incrementado las presiones y las humillaciones llevando a la paciente que en un momento quiso quitarse la vida tomando raticida.

La dinámica familiar es tensa por los conflictos de pareja y los hijos indecisos por brindar el apoyo a su madre sin dejar de lado el cariño a su padre.

El ingreso económico de la familia es promedio.

Ingrid Ubaldina Baños Nina
Bachiller en psicología

EXAMEN MENTAL

I. DATOS DE FILIACIÓN

Apellidos y Nombres	: Jesusa C. M.
Fecha de Nacimiento	: 03-10-1959
Edad	: 57 Años
Lugar de Nacimiento	: Arequipa
Grado de Instrucción	: 5to de Secundaria
Estado Civil	: Conviviente
Procedencia	: Caylloma
Ocupación	: Independiente
Religión	: Católica
Informantes	: Paciente
Fecha de Evaluación	: 12-19 de Agosto del 2017
Examinadora	: Baños Nina Ingrid Ubaldina

II. MOTIVO DE CONSULTA

La señora Jesusa es traída a consulta por su hija refiriendo “que su madre ha sufrido violencia física y psicológica durante varios años por parte de su esposo”.

III. PORTE, COMPORTAMIENTO Y ACTITUD

La evaluada no aparenta la edad referida, parece mayor, es de contextura gruesa, talla baja, cabello castaño y tez clara. Su postura es cabizbaja hombros proyectados hacia adelante y su marcha es lenta; su arreglo e higiene personal son adecuados para el momento y es de trato cordial. Durante la entrevista mantiene contacto visual adecuado y su expresión facial se denota abatida, cierta tristeza e inseguridad.

IV. ATENCIÓN, CONCIENCIA Y ORIENTACIÓN

La Paciente se encuentra orientada en espacio, tiempo y persona, su atención es conservada, escucha las indicaciones y realiza las tareas encomendadas con normalidad, no muestra distraibilidad.

V. PERCEPCIÓN

No presenta alteraciones perceptivas, visuales, auditivas, táctiles o de alguna otra modalidad.

VI. LENGUAJE

En cuanto a su lenguaje expresivo es de tono suave y la fluidez del lenguaje por momentos es un poco pausada. Existe relación y orden en su lenguaje. No presenta anormalidades.

VII. PENSAMIENTO

Su pensamiento es de curso lógico, en relación al contenido del pensamiento, presenta ideas depresivas, pensamientos negativos, indica tener resentimiento, no soporta la vida que lleva, prefiere a veces estar muerta.

VIII. MEMORIA

Su memoria remota, no presenta alteraciones, ya que recuerda hechos cronológicos de su historia personal, tales como: actividades escolares, trabajos anteriores y escolaridad.

En relación a su memoria reciente no presenta problemas ya que recuerda y narra adecuadamente los hechos recientes de su historia personal

IX. FUNCIONAMIENTO INTELECTUAL

Su funcionamiento intelectual es acorde a su nivel de instrucción, ya que posee conocimientos generales de su entorno, capacidad de análisis, síntesis y abstracción dentro de lo normal.

X. ESTADOS DE ÁNIMO Y AFECTOS

Presenta estado de ánimo triste, baja autoestima, y sentimientos de soledad, decaimiento y pocas ganas de vivir.

XI. COMPRENSIÓN DEL GRADO DE INCAPACIDAD DE LA ENFERMEDAD

La paciente tiene conciencia de su problema, ya que señala sentirse muy mal consigo misma, también reconoce que esta relación está afectando su vida personal, familiar y por lo tanto quiere recuperarse y salir adelante.

XII. RESUMEN.

La evaluada no aparenta la edad referida parece mayor, es de contextura gruesa, talla baja, cabello castaño y tez clara. Su postura es cabizbaja hombros proyectados hacia adelante y su marcha es lenta; su arreglo e higiene personal es adecuada para el momento, es de trato cordial. Durante la entrevista mantiene contacto visual adecuado y su expresión facial denota abatida, cierta tristeza e inseguridad; presenta ideas negativas, y no soporta la vida que lleva, prefiere a veces estar muerta. Se encuentra orientada en espacio, tiempo y persona, su atención se encuentra conservada, escucha las indicaciones y realiza las tareas encomendadas con normalidad; en cuanto a su lenguaje expresivo es de tono suave y la fluidez del lenguaje por momentos es un poco pausada en cuanto a su memoria remota y reciente no presenta alteraciones. La paciente tiene conciencia de su problema y por lo tanto quiere recuperarse y salir adelante.

Ingrid Ubaldina Baños Nina
Bachiller en Psicología

INFORME PSICOMETRICO

I. DATOS DE FILIACIÓN

Apellidos y Nombres : Jesusa C. M.
Fecha de Nacimiento : 03-10-1959
Edad : 57 Años
Lugar de Nacimiento : Arequipa
Grado de Instrucción : 5to de Secundaria
Estado Civil : Conviviente
Procedencia : Caylloma
Ocupación : Empleada
Religión : Católica
Informantes : Paciente
Fecha de Evaluación : 12-19 de Agosto del 2017
Examinadora : Baños Nina Ingrid Ubaldina

II. MOTIVO DE CONSULTA

La señora Jesusa es traída a consulta por su hija refiriendo “que su madre ha sufrido violencia física y psicológica durante varios años por parte de su esposo”.

III. OBSERVACION DE LA CONDUCTA

La evaluada no aparenta la edad referida parece mayor, es de contextura gruesa, talla baja, cabello castaño y tez clara. Su postura es cabizbaja hombros proyectados hacia adelante y su marcha es lenta; su arreglo e higiene personal es / adecuada para el momento es de trato cordial. Durante la entrevista mantiene contacto visual adecuado y su expresión facial denota abatimiento, cierta tristeza e inseguridad.

IV. INSTRUMENTOS UTILIZADOS

- Observación
- Entrevista
- Pruebas psicológicas
 - Test de Ansiedad y Depresión ZUNG
 - Persona bajo la lluvia

V. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

➤ ESCALA DE DEPRESIÓN DE ZUNG

Puntaje Directo	Índice EAA	Interpretación	Puntaje Directo	Índice EADM	Interpretación
59	74	Ansiedad marcada a severa	65	81	Depresión marcada a severa

- **Índice EAA**

En la presente escala, la evaluada obtuvo una puntuación total de 59, por lo que su índice EAA (ansiedad) es de 74 que la ubica en un nivel de ansiedad marcada a severa. Lo que quiere decir que la evaluada presenta mucha ansiedad, miedo, intranquilidad de poder enfrentar los problemas.

- **Índice EAMD**

En la presente escala la evaluada obtuvo una puntuación total de 65, por lo que su índice EAMD (depresión) es de 81 que la ubica en un nivel de depresión marcada a severa. Su estado afectivo se caracteriza por preocupación, ánimo pesimista e indecisión, temor al fracaso y sentimientos de resentimiento, desvalorización que la llevan a pensar en irse y nunca más volver a aparecer o en ocasiones quitarse la vida.

➤ **PERSONA BAJO LA LLUVIA**

La paciente muestra bajas defensas para enfrentar los problemas, tiene mucha inseguridad percepción inadecuada de sí misma, sentimiento de inferioridad, también se puede observar que tiene rasgos de ansiedad y depresión.

VI. RESUMEN

La evaluada, tiene rasgos de ansiedad y depresión marcada a severa; Presenta episodios frágiles, muestra bajas defensas para enfrentar los problemas, sin embargo responde y colabora con las pruebas, muestra interés y las realiza de manera voluntaria y está dispuesta a enfrentar los problemas.

Ingrid Ubaldina Baños Nina
Bachiller en Psicología

INFORME PSICOLÓGICO

I. DATOS DE FILIACIÓN

Apellidos y Nombres	: Jesusa C. M.
Fecha de Nacimiento	: 03-10-1959
Edad	: 57 Años
Lugar de Nacimiento	: Arequipa
Grado de Instrucción	: 5to de Secundaria
Estado Civil	: Conviviente
Procedencia	: Caylloma
Ocupación	: Empleada
Religión	: Católica
Informantes	: Paciente
Fecha de Evaluación	: 12-19 de Agosto del 2017
Examinadora	: Baños Nina Ingrid Ubaldina

II. MOTIVO DE CONSULTA

La señora Jesusa es traída a consulta por su hija refiriendo “que su madre ha sufrido violencia física y psicológica durante varios años por parte de su esposo”.

III. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

- Observación
- Entrevista
- Pruebas psicológicas
 - Test de Ansiedad y Depresión ZUNG
 - Persona bajo la lluvia

IV. HISTORIA DE LA ENFERMEDAD O DEL PROBLEMA ACTUAL

La paciente refiere que a los 31 años regresa a Caylloma de la ciudad de Lima con sus tres menores hijos para cuidar a su madre que se encontraba mal de salud. Después de vivir más de 3 años en Caylloma conoce a su pareja actual de nombre Ernesto con el cual llega a formar una nueva familia.

La paciente refiere que los problemas empiezan a partir que queda embarazada, su pareja empieza con los celos, insultos, no quiere hacerse responsable del bebé y en ocasiones le llega a levantar la mano.

La señora Jesusa refiere que se sentía muy asustada no sabía qué hacer y le preocupaba el qué dirán y además tenía 4 hijos y seguro que la gente hablarían mal de ella y por lo tanto decidió quedarse a lado de su pareja con la esperanza de que algún día llegaría a cambiar.

La paciente refiere que ya ha transcurrido 25 años de convivencia de los cuales tienen 5 hijos y aun su esposo no ha cambiado, los problemas han aumentado simplemente por sus celos, machismo y sus infidelidades, la paciente refiere "que ya no soporta vivir con su esposo estos últimos años se han convertido en un infierno, no le deja vivir en paz, le saca celos de la nada, le ceta con todo el mundo le insulta y muchas veces le comenta y pide consejos para salir con otras mujeres" y ello le ha llevado a pensar en quitarse la vida tomando raticida

V. ANTECEDENTES PERSONALES Y FAMILIARES

La madre en el momento de la gestación tenía 36 años de edad, el padre 38, el embarazo no fue planificado. El desarrollo del embarazo se dio dentro de la normalidad sin ninguna complicación.

La paciente ingreso a inicial a los 7 años aproximadamente sus clases eran irregulares porque en ocasiones no le alcanzaba el tiempo para ir al jardín ya que tenía que ir a la chacra. A los 9 años ingresó al primer grado de primaria en la I.E San Martin de Thours de su distrito de Sibayo en la provincia de Caylloma donde su asistencia a la escuela fue de forma irregular ya que tenía que escapar de su casa y en ocasiones salir

con mentiras diciendo que iba a la chacra a ver los animales pero en realidad iba a la escuela. La paciente refiere que le gustaba estudiar fue una niña aplicada cumplía con sus tareas y era muy buena en las matemáticas. Llego a culminar sus estudios primarios sin ningún problema.

Sus estudios secundarios lo inicio en la ciudad de Lima en el horario nocturno ya que en la mañana tenía que trabajar en casa. La paciente indica que sus estudios fue complicado” en la mañana tenía que hacer el desayuno, lavar, hacer el almuerzo, la cena y cuando regresaba de estudiar tenía que llegar a lavar los servicio”. A pesar de todas las actividades que realizaba llego a terminar los estudios secundarios sin ningún problema recibiendo felicitaciones de sus profesores. Cuando era niña menciona que era engreída y consentida por su hermano mayor ya que pasaba mucho tiempo a su cuidado mientras que, con sus padres la relación era distante; menciona que sufrió mucho cuando su hermano la dejo al cuidado de sus padres porque tuvo que viajar a lima es allí donde comienza a recibir los primeros maltratos por parte de su madre la cual le hacía lavar la ropa de madrugada, ir a la chacra con los pies descalzos. Cuando cumplió los 15 años a escondidas se fue a lima con una tía la cual le busco trabajo como ama de casa.

A los 22 años conoce a su primera pareja con la cual tuvo 3 hijos la relación fue muy bonita y estable menciona hasta que tuvo que regresar a Caylloma a cuidar a su madre ya que se encontraba mal de salud. A los 3 años que se encontraba al cuidado de su madre en Caylloma, no recibía visita ni llamada de su esposo solo rumores de que tenía otra mujer, es allí donde la paciente conoce y comienza a frecuentar a su actual pareja con el cual tiene 5 hijos.

Los problemas empiezan a partir que queda embarazada, su pareja empieza con los celos, insultos, no quiere hacerse responsable del bebe y en ocasiones le llego a levantar la mano. La paciente no sabía qué hacer, le preocupaba sus 4 hijos y lo que la gente dirían de ella y por lo tanto decidió quedarse a lado de su pareja con la esperanza de que algún día llegara a cambiar.

VI. OBSERVACIONES CONDUCTUALES

La evaluada no aparenta la edad referida, parece mayor, es de contextura gruesa, talla baja, cabello castaño y tez clara. Su postura es cabizbaja hombros proyectados hacia adelante y su marcha es lenta; su arreglo e higiene personal es adecuada para el momento y de trato cordial. Durante la entrevista mantiene contacto visual adecuado y su expresión facial se denota abatida, cierta tristeza, inseguridad; presenta ideas depresivas, indica tener resentimiento y no soporta la vida que lleva, prefiere a veces estar muerta. Se encuentra orientada en espacio, tiempo y persona, su atención se encuentra conservada, escucha las indicaciones y realiza las tareas encomendadas con normalidad, no presenta distraibilidad y ningún tipo de ilusiones o alucinaciones.

En cuanto a su lenguaje expresivo es de tono suave y la fluidez del lenguaje por momentos es un poco pausada

Su memoria remota no presenta alteraciones, ya que recuerda hechos cronológicos de su historia personal y hechos recientes de su historia personal.

La paciente tiene conciencia de su problema, ya que señala sentirse muy mal consigo misma, también reconoce que esta relación está afectando su vida personal, familiar y por lo tanto quiere recuperarse y salir adelante.

VII. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La evaluada, tiene rasgos de ansiedad y depresión marcada a severa; presenta conductas frágiles y bajas defensas para enfrentar los problemas, sin embargo, responde y colabora con las pruebas, muestra interés y las realiza de manera voluntaria y está dispuesta a enfrentar los problemas.

VIII. DIAGNÓSTICO

En base a nuestra entrevista, observación y pruebas evaluadas, la paciente muestra una pérdida de confianza en sí misma, sentimientos de inferioridad, trastorno de sueño, temor, tristeza e ideaciones suicidas, presentando un diagnostico según el CIE. 10, un Episodio Depresivo F (32.2)

IX. PRONOSTICO

- Reservado

X. RECOMENDACIONES

- Psicoterapia individual para mejorar su conducta, emociones y percepción de sí misma.
- Enseñar técnicas de relajación
- Terapia familiar para poder establecer apoyo emocional con los hijos

Ingrid Ubaldina Baños Nina
Bachiller en Psicología

PLAN PSICOTERAPÉUTICO

I. DATOS DE FILIACIÓN

Apellidos y Nombres	: Jesusa C. M.
Fecha de Nacimiento	: 03-10-1959
Edad	: 57 Años
Lugar de Nacimiento	: Arequipa
Grado de Instrucción	: 5to de Secundaria
Estado Civil	: Conviviente
Procedencia	: Caylloma
Ocupación	: Empleada
Religión	: Católica
Informantes	: Paciente
Fecha de Evaluación	: 12-19 de Agosto del 2017
Examinadora	: Baños Nina Ingrid Ubaldina

II. MOTIVO DE CONSULTA

La señora Jesusa es traída a consulta por su hija refiriendo “que su madre ha sufrido violencia física y psicológica durante varios años por parte de su esposo”.

III. DIAGNÓSTICO

En base a nuestra entrevista, observación y pruebas evaluadas, la paciente muestra una pérdida de confianza en sí misma, sentimientos de inferioridad, trastorno de sueño, temor, tristeza e ideaciones suicidas, presentando un diagnostico según el CIE . 10, un Episodio Depresivo F (32.2)

IV. OBJETIVOS

- Mejorar el estado emocional de la paciente mediante el cambio de pensamientos, comportamientos y actitudes para enfrentar el problema el cual le impide su optima salud mental
- Entrenamiento de la paciente en reconocer las ideas irracionales instaladas en su pensamiento, y hacer que surjan en ella nuevas soluciones a los problemas.
- Lograr implementar nuevos esquemas y estrategias a la paciente como a la familia para tener un mayor control de sus propias emociones y poder salir del problema.

V. CRONOGRAMA DEL PLAN PSICOTERAPEUTICO

FECHA	SESION	OBJETIVO	DURACION	MATERIAL
26/08/17	Relajación	aprender las técnicas de relajación para que pueda enfrentar su problema	60 Mints	Música Silla
02/08/17	Me expreso sin miedo	Expresando mis sentimientos y liberando mis temores	45 Mints	Silla Almohada
09/09/17	Identificando mis errores	Centrarnos en el problema actual y buscar cambios	45 Mints	Material de escritorio
16/09/17	Resolviendo mis problemas	Aprendiendo a resolver los problemas	45 Mints	Material de escritorio
23/09/17	Yo puedo	lograr que la paciente encuentre el sentido a su vida	45 Mints	Material de escritorio
30/09/17	Cada Vez Más Cerca	estimular la superación de la paciente	45 Mints	Material de escritorio

VI. DESARROLLO DE LAS TÉCNICAS PSCOTERAPEUTICAS

SESIÓN 1: “RELAJACION”

OBJETIVO: lograr que la paciente, aprenda las técnicas de relajación para que pueda enfrentar su problema de sueño, preocupaciones y las utilice cuando discuta con su pareja.

DURACION: 60 minutos

DESARROLLO:

Crear condiciones ideales para la presentación de la técnica de relajación progresiva son las siguientes:

- Una habitación tranquila
- Lugar para acostarse

RESPIRACION

- La respiración diafragmática lenta es una técnica de control de la ansiedad muy utilizada desde la antigüedad.
- Respiración diafragmática: se pone una mano en el pecho y otra en el estómago, para asegurarse de que se lleve el aire correctamente a la parte inferior de los pulmones sin inflar los pechos.
- Tomar el aire lentamente, llevando a inflar el estómago y barriga sin mover el pecho.
- Retienes un momento el aire en la misma posición
- Soltar el aire lentamente hundiendo un poco el estómago, sin mover el pecho
- Ahora la respiración lo haremos más lento, lo retendremos por 5 segundos contando del 1 al 5 luego expiramos muy lentamente sintiendo que se hunde el estómago.
- Después de varias prácticas ya no será necesario contarlos.

MUSCULO, ESQUELETICO

BRAZOS

- **muñeca extendida** (mano flexionada hacia atrás)
- Muñeca flexionada (mano doblada hacia delante)
- Simplemente relajarse flexionar (doblar) el codo
- Extender el codo (enderezar el brazo)
- Relájese extienda y ponga rígido todo el brazo luego flexione lentamente

PIERNAS

- Doblamos en forma circular por la articulación del tobillo ambos pies
- Flexionar la planta del pie hacia arriba y abajo
- Poner rígido y luego flexionar las rodillas
- Poner rígida luego flexionar toda la pierna
- Flexión de las caderas, presionar los muslos luego relajarse lentamente.

TRONCO

- Contraer el abdomen(apretando hacia adentro) luego flexionarlo
- Columna vertebralmente extendida (arquear ligeramente la espalda)
- Llevar los hombros hacia atrás ponerlos rígido para luego flexionarla
- Flexionar las articulaciones de los hombros (llevar el brazo flexionado a través del pecho)
- Repetir con cada brazo
- Encoger los hombros luego soltarlo lentamente

CUELLO

- Simplemente relajarse
- Doblar la cabeza hacia la derecha e izquierda
- Doblar la cabeza hacia delante y atrás
- Girar la cabeza en forma circular lentamente.

ÁREA DEL OJO

- Levantar las cejas
- Fruncir el entrecejo
- Simplemente relajarse
- Cerrar los ojos con fuerza
- Mirar hacia la izquierda y derecha con los ojos cerrados
- Mirar hacia la arriba y abajo con los ojos cerrados

IMAGINACIÓN VOZ, PENSAMIENTO

- Imaginación visual
- Imagine un bolígrafo moviéndose despacio y luego de prisa.
- Imagine un tren pasando, una persona que pasa caminando.
- Imagine un bolígrafo volando y luego quieto
- Imagine una pelota rodando
- Relaje los ojos respire

SESIÓN 2: “ME EXPRESO SIN MIEDO”

OBJETIVO: expreso todo mi sentimiento y me libero de mis temores

DURACIÓN: 45 minutos

DESARROLLO:

Después de las sesiones de relajación pasamos a la técnica de la almohada donde la paciente podrá expresar sus emociones reprimidas.

- Primero la paciente toma asiento y practica la relajación por 5 minutos con los ojos cerrados.
- Segundo después de la relajación se indica a la paciente que tome asiento y se sienta cómoda y muy relajada y que era su única oportunidad de poder expresar sus sentimientos a la persona que tanto daño le ha causado.
- Tercero: se iniciara con la sugestión y luego se le proporcionara una almohada pidiendo que imagine a su pareja y era el momento de enfrentarlo.

- Después de las indicaciones la paciente comenzara a desahogarse y se continuara estimulando dicha acción.
- El cuarto: luego se comenzara a relajar a la paciente con todas las técnicas de relajación que practicamos en sesiones anteriores.

SESIÓN 3: “IDENTIFICANDO MIS ERRORES”

OBJETIVO: Centrarnos en el problema actual y buscar cambios

DURACIÓN: 40 Minutos

DESARROLLO:

- Se busca la alianza terapéutica con la paciente
- Paciente fija sus objetivos (que es lo que quiere lograr con la terapia).
- Se inicia a enumerar los problemas e ideas irracionales de la paciente.
- Planificamos cambios de la conducta y comenzamos a remplazar las ideas irracionales por ideas positivas.
- Se le asigna tareas para casa
- Cuando identifique una palabra negativa automáticamente sea remplazada por una nueva y positiva seguidamente continúe la relajación (inhalar y exhalar por 3 veces).

SESIÓN 4: “RESOLVIENDO MIS PROBLEMAS”

OBJETIVO: Aprendiendo a resolver los problemas

DURACIÓN: 40 Minutos

DESARROLLO:

- Se le presentara ejemplos de problemas de la vida diaria, relatos similares a los problemas de la paciente.
- Luego se procederá a que la paciente de una solución a esos problemas, mientras se le dará pautas e ideas para encontrar la mejor solución.
- Se buscara que la paciente use palabras adecuadas, controle su conducta y no se deje manipular por su agresor.

SESIÓN 5: “YO PUEDO”

OBJETIVO: lograr que la paciente encuentre el sentido a su vida

DURACIÓN: 40 Minutos

DESARROLLO:

- Se le pedirá a la paciente que dibuje una “línea” y la dividirá y se ubicara en el momento presente, y señalara donde se encuentra su pasado y su futuro.
- Se le pedirá al paciente recordar momentos pasados y revivir emociones bonitas con intervenciones tipo “¿cómo te sentías en esta etapa concreta de tu vida?”, conocer el estado actual preguntando “¿cómo te sientes en este momento presente?”, proyectar momentos futuros con preguntas tales como “¿cómo te ves dentro de cinco años?”, y establecerá incluso un diálogo entre distintas etapas facilitando preguntas tipo: “¿la Jesusa actual, que le diría a la Jesusa del futuro?”, “la Jesusa del momento que le diría a la Jesusa futuro, ¿qué consejo podría ofrecerle a la Jesusa actual?”
- Se buscará que la paciente busque una visión nueva de su vida, nuevas prioridades, y se plante objetivos para su futuro.

SESIÓN 6: “CADA VEZ MAS CERCA”

OBJETIVO: estimular la superación de la paciente

DURACIÓN: 40 Minutos

DESARROLLO:

- Se le pedirá a la paciente que deberá imaginar un viaje que inicie en el momento actual y termine en el tiempo futuro, y de acuerdo al mismo deberá recordar todas las cosas que le gustaría ir encontrando en el camino
- Se armará un colash de fotos o imágenes cortadas según su importancia y cercanía.
- Después se le pedirá que pegue su foto en cada una de ellas para que se visualice realizando actividades que le provoquen satisfacción emocional.

- Se reforzará el sentimiento positivo que ha sentido en ese momento.

VII. TIEMPO DE EJECUCIÓN

- Las actividades del plan se realizaron en sesiones de 45 minutos, de 1 vez cada 15 días.
- Con la paciente se trabajó hasta la tercera sesión

VI. AVANCES PSICOTERAPÉUTICOS

- No se pudo realizar las sesiones terapéuticas debido a que la paciente tuvo que viajar fuera de Arequipa.

Ingrid Ubaldina Baños Nina
Bachiller en Psicología

ANEXOS

A) Persona bajo la lluvia

B) Test de Zung

Dx. la persona muestra inseguridad, sentimiento de Inferioridad, inadecuada percepción de si mismo (baja autoestima)
Tendencia a la Ansiedad y Rasgos depresivos
Presión a la amenaza, Hostilidad del Medio a la q el sujeto se enfrenta
la persona muestra que no tiene defensas
Mirada hacia el frente indica dispuesta a enfrentar el mundo



Nombre:
 Fecha: 12-08-17 Edad: 53 Sexo: F

INDICE EAA

	NUNCA O RARAS VECES	ALGUNAS VECES	BUEN NUMERO DE VECES	LA MAYORIA DE VECES
1. Me siento más nervioso y ansioso que de costumbre.			X	
2. Me siento con temor sin razón.			X	
3. Despierto con facilidad o siento pánico.		X		
4. Me siento como si fuera a reventar y partirme en pedazos.			X	
5. Siento que todo está bien y que nada malo puede sucederme	X			
6. Me tiemblan los brazos y las piernas				X
7. Me mortifican dolores de cabeza, cuello o cintura.				X
8. Me siento débil y me canso fácilmente.				X
9. Me siento tranquilo y puedo permanecer en calma fácilmente.		X		
10. Puedo sentir que me late muy rápido el corazón.				X
11. Sufro de mareos.			X	
12. Sufro de desmayos o siento que me voy a desmayar.			X	
13. Puedo inspirar y expirar fácilmente.		X		
14. Se me adormecen o me hincan los dedos de las manos y pies.		X		
15. Sufro de molestias estomacales o indigestión.		X		
16. Orino con mucha frecuencia.			X	
17. Generalmente mis manos están secas y calientes.			X	
18. Siento bochornos.			X	
19. Me quedo dormido con facilidad y descanso bien durante la noche.		X		
20. Tengo pesadillas.	X			

Presencia Ansiedad
 Marcada a Severa

EAA = 59 = 74

Nombre:
 Fecha: 12-08-17 Edad: 53 Sexo: F

INDICE EAMD

	MUY POCAS VECES	ALGUNAS VECES	MUCHAS VECES	CASI SIEMPRE
1. Me siento triste y decaído.			X	Severa
2. Por las mañanas me siento mejor.	X			
3. Tengo ganas de llorar y a veces lloro.			X	
4. Me cuesta mucho dormir por la noche.				X
5. Como igual que antes.		X		
6. Aún tengo deseos sexuales.	X			
7. Noto que estoy adelgazando.		X		
8. Estoy estreñado.			X	
9. El corazón me late más rápido que antes.				X
10. Me canso sin motivo.			X	
11. Mi mente está tan despejada como siempre.	X			
12. Hago las cosas con la misma facilidad que antes.	X			
13. Me siento intranquilo y no puedo mantenerme quieto.			X	
14. Tengo confianza en el futuro.	X			
15. Estoy más irritable que antes.		X		
16. Encuentro fácil tomar decisiones.	X			
17. Siento que soy útil y necesario.		X		
18. Encuentro agradable vivir.		X		
19. Creo que sería mejor para los demás si estuviera muerto.		X		
20. Me gustan las mismas cosas que antes.		X		

= 65 = 81 Depresión Marcada a

Caso N° 2

Organizacional

Selección de Personal

Puesto: Analista De Recursos Humanos

ESTUDIO DE CASO

PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL PUESTO: ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS

1. RAMA DE LA ORGANIZACIÓN

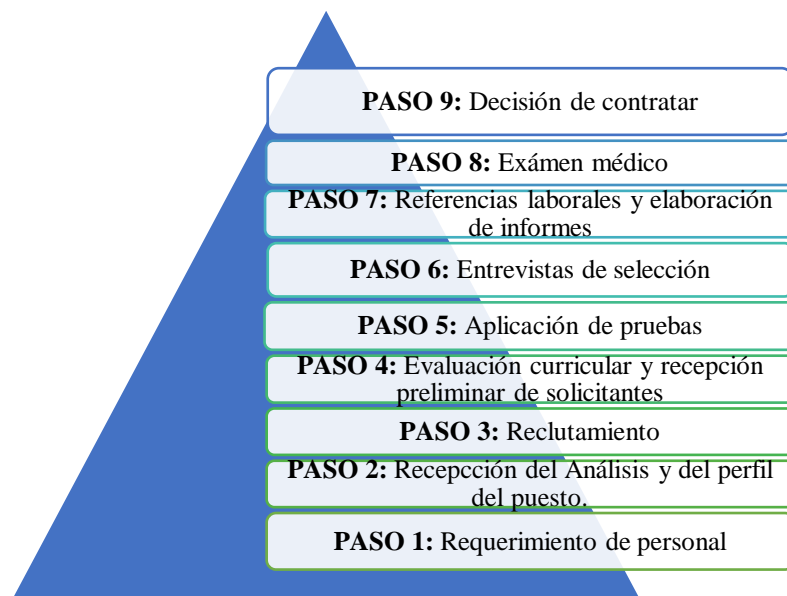
a) **Rama:** Psicología Organizacional

2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Las actividades desarrolladas en la empresa, específicamente en selección de personal, fueron: Elaboración de avisos en base a los perfiles de puesto de las diferentes empresas, publicación de ofertas laborales en los diferentes medios de reclutamiento, recepción de CVs, pre entrevistas, citación de candidatos, aplicación de pruebas psicotécnicas y proyectivas, realización de referencias laborales, elaboración de informes de evaluación, apoyo en el armado de files de documentos de ingresantes, entre otras.

A continuación, se presenta un proceso de selección de personal.

A) PROCEDIMIENTOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL DEL PUESTO “ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS”



Los procedimientos de selección de personal correspondientes al puesto de Analista de Recursos Humanos fueron los siguientes:

a) Requerimiento de personal: La consultora, recepcionó un requerimiento de personal de una empresa importante del Rubro Minero, dirigida a la Gerente General, en donde solicitaron un Analista de Recursos Humanos. El requerimiento fue en el mes de junio del presente año.

b) Recepción del análisis y perfil del puesto: Asimismo, se recibió el análisis y perfil del puesto que fue desarrollado por el Jefe de Departamento de Personal de la empresa solicitante. El perfil del puesto nos especificó los requisitos (formación académica, especialización, curso, experiencia, competencias) y las funciones principales del puesto. (Ver anexo N° 1)

c) Reclutamiento: Se procedió a ejecutar el proceso de selección, en donde se realizó lo siguiente:

- ❖ Buscar base de datos de la consultora (reclutamiento interno)
- ❖ Elaboración del aviso. (Ver anexo N° 2)
- ❖ Publicación del aviso en un diario, páginas de empleo y pagina web (reclutamiento externo)
- ❖ Con el fin de atraer la mayor cantidad de candidatos potencialmente calificados, interesados y capaces de ocupar el cargo dentro de la empresa.

d) Evaluación Curricular: Una vez recepcionado los CVs. a raíz de las diferentes publicaciones, se procedió a la evaluación curricular de los CVs. recibidos virtual y físicamente. Se realizó llamadas telefónicas a los candidatos que cumplían con los requisitos para corroborar los datos de su C.V.

Se recibió un total de 110 CVs. para el puesto. De los cuales solo 10 cumplían con los requerimientos.

e) **Aplicación de Pruebas:** A las 10 candidatas que cumplieron con los requerimientos del puesto se les invitó a pasar por una evaluación psicotécnica. Se les aplicó pruebas psicotécnicas para evaluar la compatibilidad entre los aspirantes y los requerimientos del puesto. Estas pruebas también nos ayudan a medir la capacidad básica de los candidatos con respecto a muchas actividades. Las pruebas que se aplicó a los candidatos fueron (Ver anexo N° 3):

- ❖ Prueba Proyectiva: Dibujo de la Figura Humana
- ❖ Test de NEO-FFI
- ❖ Prueba de Inteligencia General: RAVEN Adultos

Posteriormente se procedió a la calificación de cada una de las pruebas y se obtuvo 8 candidatas finalistas mejor calificadas quienes pasaron a la siguiente etapa.

f) **Entrevistas de Selección:** Como una de las últimas etapas, siendo la más importante, la entrevista, puesto que se corrobora las pruebas aplicadas, para el cual se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ **Impresión Personal:** apariencia física, modalidad, decisión y actitudes de las postulantes.
- ❖ **Ambiente Familiar:** Se indagó el ambiente familiar en el cual se ha desenvuelto las candidatas, si logró un desarrollo emocional normal, adaptación adecuada, relación con compañeros de trabajo.
- ❖ **Desarrollo personal:** Educación y conocimientos de las candidatas en lo relacionado con sus funciones del cargo que aspira; si cuenta con la suficiente instrucción para desempeñar el puesto; si ha sido una persona activa en su vida estudiantil y si revela condiciones de líder en su secuencia promocional.
- ❖ **Historia Laboral:** Se evaluó la experiencia y el entrenamiento de las candidatas en lo que se relaciona con las funciones del cargo. Si cuenta con la suficiente experiencia. Si revela un adecuado progreso en los estudios superiores.

- ❖ **Intereses por el puesto:** Se indagó las razones de las candidatas para dejar su puesto actual para aspirar al que pretende.
- ❖ **Autoevaluación:** Se le pide que brinde un concepto de sí misma (como se percibe).

Además, se consideró los siguientes aspectos:

❖ **Aspecto Verbal**

- ✓ Fluidez de la conversación
- ✓ Calidad de la expresión
- ✓ Amplitud de la conversación
- ✓ Claridad del lenguaje y de la comunicación
- ✓ Riqueza del vocabulario y
- ✓ Caudal informativo.

❖ **Aspectos no Verbales**

- ✓ Presencia – Presentación.
- ✓ Fluidez en la ideación, rapidez de asociación
- ✓ Adaptación a la relación de confianza que brinda el entrevistador.

La entrevista también estuvo enfocada en función a las competencias requeridas por el perfil del puesto (Ver anexo N° 4).

g) Verificación de referencias laborales y elaboración de informes: Se procedió a la verificación de referencias laborales, en donde se realizó llamadas telefónicas y se obtuvieron respuestas buenas y muy buenas.

En base a la evaluación curricular, evaluación psicológica, entrevista y referencias laborales se tomó la decisión para obtener la terna finalista y ser presentada a la empresa.

TERNA FINALISTA – 27 de junio 2017			
Nº	DATOS PERSONALES	FORMACIÓN PROFESIONAL / CONOCIMIENTOS	ÚLTIMO TRABAJO / REMUNERACIÓN / DISPONIBILIDAD
1. Candidata “A”	C. M. Ll. Z. Celular: XXXX Radica en: Arequipa Soltera, hija de 09 años. Edad: 32 años	✓ Licenciada en Trabajo Social - UNSA. Colegiada y Habilitada. ✓ Programa de Alta Especialización en Recursos Humanos - ESAN ✓ Diplomado en Recursos Humanos - Escuela de Negocios SFX. Inglés: Nivel intermedio Informática: Nivel intermedio	EMPRESA: XXXX CARGO: Profesional en Relaciones Humanas – Trabajadora Social, desde 2015 a la actualidad (junio). Actual sueldo: S/ 5,500.00 Pretensión de S.: S/ 4,000.00 Disponibilidad: de 15 días
2. Candidata “B”	A. D. C. Celular: XXX Radica en: Arequipa, Casada, hija de 1 año. Edad: 33 años	✓ Licenciada en Trabajo Social - UNSA. Colegiada y Habilitada. ✓ Diplomado en Dirección Estratégica del Potencial Humano - ESAN. Inglés: Nivel básico Informática: Nivel intermedio	EMPRESA: XXXX CARGO: Coordinadora de Bienestar, Clima y Cultura. Diciembre del 2013 a la fecha. Actual Sueldo: S/ 3,600.00 Pretensión de S.: S/ 5,000.00 Disponibilidad: de 30 días
3. Candidata “C”	B. Q. M. Celular: XXX Radica en: Arequipa Casada, sin hijos. Edad: 29 años	✓ Licenciada en Trabajo Social - UNSA. Colegiatura en Trámite. ✓ MBA con mención en Gerencia de Recursos Humanos – UNSA. ✓ Diplomado en Gestión del Talento Humano - Universidad ESAN. Inglés: Nivel intermedio Informática: Nivel básico	EMPRESA: XXXX CARGO: Analista de RR.HH y Bienestar, desde enero 2015 a la actualidad (junio 2017) Actual Sueldo: S/ 4000.00 Pretensión de S.: S/ 4000.00 Disponibilidad: de 15 días

Posteriormente se procedió a la elaboración de los informes finales, los cuales fueron enviados a la empresa solicitante para su entrevista final. Las tres candidatas fueron entrevistadas por el Gerente y Jefe de Recursos Humanos de la Empresa solicitante de acuerdo a criterios y políticas de la misma. Como candidata elegida fue la Candidata “A”, dicho informe se presenta a continuación.

INFORME DE EVALUACIÓN

(Candidata “A”)

1. DATOS GENERALES

Nombres y Apellidos: C. M. LL. Z.
Puesto al que postula: ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS
Fecha de Evaluación: Junio/2017
Edad: 33 años
Estado Civil: Soltera (1 hija de 09 años)
Teléfono/Celular: XXX
Correo Electrónico: XXX
Profesión: Licenciada en Trabajo Social – UNSA.
Empresa/ Actual trabajo: XXX, desempeñando el cargo de Profesional en Relaciones Humanas – Trabajo Social
Actual Remuneración: S/ 5,500.00 CAS
Pretensión de Sueldo: S/ 4,000.00

2. RESULTADOS

VARIABLES DE CONTROL	
Controles específicos	Requisitos encontrados
Calificación Profesional	Licenciada en Trabajo Social - Universidad Nacional de San Agustín. Colegiada y Habilitada.
Experiencia	Más de 8 años de experiencia relacionada
Competencia Informática	Nivel intermedio
Idioma Inglés	Nivel intermedio

ANÁLISIS DEL CURRICULUM VITAE
<p>Experiencia Específica:</p> <p>Actualmente, trabaja en la empresa XXX, desempeñando el cargo de Profesional en Relaciones Humanas – Trabajo Social, en el periodo comprendido entre agosto 2015 y junio 2017.</p>

Anteriormente, trabajó en la empresa **XXX**, desempeñando el cargo de **Trabajadora Social y Responsable de RR.HH.**, en el periodo comprendido entre **octubre 2014 a julio 2015**.

Asimismo, ha trabajado en la empresa **XXX**, desempeñando el cargo de **Trabajadora Social**, en el periodo comprendido entre **diciembre 2012 y setiembre 2014**.

Trabajó en la **XXX**, como **Supervisora de Bienestar Social**, en el periodo comprendido entre **noviembre 2011 a diciembre 2012**.

Antes, trabajó en diferentes empresas, las cuales son: **XXX**, desempeñando el cargo de **Trabajadora Social**, en el periodo comprendido entre **junio 2008 y octubre 2011**.

VARIABLES FORMALES		
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	Nivel Esperado	Nivel Encontrado
Orientación al cliente interno	5	5
Orientación a resultados	5	5
Comunicación a todo nivel	5	5
Flexibilidad	5	4
Adaptabilidad	5	5

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL									
RASGOS PERSONALES		Nivel encontrado							
		Alto		Medio		Bajo			
Inteligencia General	Inteligencia general (G): Capacidad de solucionar problemas y adaptarse a situaciones nuevas.								
	Extraversión: Describe a una persona sociable, comunicativa y asertiva								
Personalidad	Estabilidad emocional: Caracteriza a una persona calmada, entusiasta y segura emocionalmente.								

	Escrupulosidad: Describe a una persona persistente en el logro de metas, confiable, responsable.									
	Afabilidad: Describe a una persona empática, cooperativa y digna de confianza.									
	Apertura a la experiencia: Caracteriza a una persona imaginativa, creativa e innovadora, sensitiva a lo intelectual y poco convencional.									

Descripción de las Competencias:

El perfil de competencias de la candidata en función de lo requerido por el perfil del puesto cumple con el nivel óptimo esperado en las competencias de orientación al cliente interno, orientación a resultados y adaptabilidad. Reconoce y recompensa el valor de los resultados tanto grupales como individuales de su equipo; brinda apoyo y da el ejemplo en términos de preocuparse por mejorar la calidad la eficiencia de los procesos y servicios brindados. Además, cuenta con las competencias para constituirse en un referente por ofrecer soluciones que satisfacen tanto a los clientes internos como externos. Capacidad para escuchar y entender al otro y lograr los resultados que se propone.

Asimismo, el indicador de la competencia de flexibilidad, se encuentra próximo al nivel esperado para el puesto; analiza las situaciones y las características de las personas o grupos con el fin de adaptarse o adaptarlos de acuerdo con las circunstancias.

Conoce los diversos procedimientos de selección de personas, como revisión del perfil del puesto y análisis del puesto, reclutamiento, filtros curriculares, entrevistas, elaboración de informes, comunicación del ganador, ingreso del ganador a la empresa, inducción y bienvenida.

Análisis del potencial:

De funcionamiento intelectual superior; muestra una alta disposición y capacidad para el aprendizaje y la adaptación creativa a situaciones nuevas. Le interesa aprender mediante el estudio para buscar soluciones de manera argumentada.

Persona, animosa, respetuosa, amable, socialmente desenvuelta, estable emocionalmente, se relaciona a todo nivel, es empática, persistente y segura de sí misma. Consigue resultados; se orienta por objetivos claros, es versátil, flexible, emprendedora, empeñosa, soporta bien la presión y se la aplica a los demás. Se siente a gusto con metas cambiantes, proyectos y métodos nuevos. Muestra buena disposición y vocación de servicio. Orientada a su trabajo.

3. SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

La candidata cuenta con más de 8 años de experiencia relacionada; actualmente desempeña el cargo de Profesional en Relaciones Humanas – Trabajo Social, anteriormente ha desempeñado cargos de Trabajadora Social, Responsable de RR.HH y Supervisora de Bienestar Social. En la mayoría de las competencias requeridas por el perfil del puesto, cumple con el nivel óptimo esperado. Es una persona sociable, emocionalmente estable, persistente, responsable. Orientada a los resultados. En conclusión, se considera **RECOMENDABLE PARA EL PUESTO**.

CONCLUSIÓN**NO RECOMENDABLE****RECOMENDABLE**

4. COMPROBACIÓN DE REFERENCIAS Y DATOS ADICIONALES

DATOS	REFERENCIA LABORAL					
Empresa: A. P.	La candidata ha desempeñado el cargo de Profesional en Relaciones Humanas – Trabajo Social (agosto 2015 - junio 2017). Refiere que cumplía las metas a tiempo, su desempeño laboral fue eficiente. Es cordial, maneja bien el tema de liderazgo, sabe trabajar en equipo, se anticipa a los eventos y los cumple, es dinámica, conoce mucho del área, tiene bastante experiencia y manejo de redes. Es sociable, empática, bastante alegre y siempre muestra buena actitud. Si la recomienda Refiere en su trabajo:					
Referente: Sr. M. P. Q.						
Cargo del Referente: RELACIONISTA LABORAL	Factores	Bajo	Regular	Promedio	Bueno	Muy Bueno
Cel del Referente: XXX	<i>Logro de Objetivos del Puesto</i>					X
	<i>Liderazgo</i>					X
	<i>Relación con superiores</i>					X
	<i>Relación con compañeros</i>					X
	<i>Iniciativa</i>					X
	<i>Planificación y organización</i>					X
	<i>Perseverancia</i>					X
	<i>Honestidad</i>					X
	<i>Apreciación General de su Desempeño</i>					X

DATOS	REFERENCIA LABORAL					
Empresa M. B.	La candidata ha desempeñado el cargo de Trabajadora Social (diciembre 2012 – setiembre 2014). Refiere que es una persona proactiva, tiene buena iniciativa, con metas claras, cuenta con las competencias que requiere el puesto, es bastante sociable, establece buena relación con los demás, es organizada y bien activa. Asimismo, es alegre, dinámica. Si la recomienda					
Referente: Sr. C. A. V.						
Cargo del Referente: JEFE DE RECURSOS HUMANOS	Motivo de Salida: Termino de reemplazo.					
Cel. del Referente: XXX	Refiere en su trabajo:					
	Factores	Bajo	Regular	Promedio	Bueno	Muy Bueno
	Logro de Objetivos del Puesto					X
	Liderazgo					X
	Relación con superiores					X
	Relación con compañeros					X
	Iniciativa					X
	Planificación y organización					X
	Perseverancia					X
	Honestidad					X
	Apreciación General de su Desempeño					X

NOTA ADICIONAL

- ❑ Soltera
- ❑ **Hijos (1):** De 09 años: Estudiante
- ❑ **Padre:** Falleció
- ❑ **Madre:** De 63 años: su casa.
- ❑ **Radica en:** Cerro Colorado – Arequipa, vive con su mamá e hija.
- ❑ **Disponibilidad:** De 15 días.

h) Examen médico: El examen médico lo realizó la empresa solicitante.

i) Decisión de contratar: Finalmente la empresa solicitante le hizo la invitación de formar parte de la empresa solicitante. Asimismo, se realizó un seguimiento a la candidata, indican que su desempeño en la empresa es óptimo, demuestra eficacia y eficiencia en sus responsabilidades.

ANEXOS

A) Perfil del Puesto

B) Aviso

C) Pruebas aplicadas (Dibujo de la figura humana, NEO-FFI y Test de Matrices Progresivas - RAVEN)

D) Catálogo de Competencias

A) Perfil del Puesto

PERFIL DEL PUESTO

ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS

REQUISITOS

Formación Académica: Titulada y Colegiada en Trabajo Social.

Especialización en: Recursos Humanos (de preferencia)

Curso: Legislación Laboral.

Experiencia: 3 años de experiencia como Generalista de Recursos Humanos.

Competencias Personales: Orientación al cliente interno, Orientación a resultados, comunicación, flexibilidad y adaptabilidad.

Competencias Técnicas: conocimiento de las modalidades de contratación, procesos de reclutamiento y selección, legislación laboral vigente, gestión de tramites en EsSalud, planificación y gestión de Bienestar Social.

FUNCIONES:

- Controlar los procesos de servicios en la administración de personal, a objeto de dar cumplimiento a los planes y programas sobre los beneficios establecidos por la empresa.
- Llevar registro de los pasivos laborales del personal activo (vacaciones, anticipos de prestaciones sociales, fideicomiso, etc.) y liquidaciones de prestaciones sociales, a objeto de cumplir con los procedimientos establecidos en la empresa.
- Elaborar y controlar los procesos de nómina a fin de garantizar el depósito oportuno de los empleados y asignados de la empresa.
- Elaboración del control (cálculo y pago) de cesta tickest del personal que goza de beneficio.
- Tramitar las diferentes solvencias ante los seguros sociales, Ministerio de trabajo y otras necesidades para la empresa.

- Ayudar al departamento de Recursos Humanos en todo lo referente a la actualización del marco legal.
- Mantener actualizado el departamento de Recursos Humanos en lo referente a la calidad de la empresa y las nuevas tendencias de la Gestión del talento Humano.
- Apoyar a la Gerencia de RRHH en los procesos de Capacitación y Selección del Talento Humano.
- Elaborar y mantener actualizado el manual de descripción de cargo.
- Coordinar, controlar y revisar las acciones para la detención de Necesidades de Formación del Personal.
- Elaborar y controlar la ejecución del Plan de Formación del personal de la empresa, a fin de asegurar la mejora continua de las competencias.

Rubro de Experiencia: minería, construcción.

Jerarquía de Posición

Reporta a: Jefe de Recursos Humanos

Personas a cargo: Sí

OTROS COMENTARIOS

Régimen 5 x 2

Salario entre S/ 3,000.00 y S/ 3,500.00 Soles

Residir en Arequipa o estar dispuesto a asumir sus costos de movilización.

B) Aviso

LOGO

**IMPORTANTE EMPRESA DEL RUBRO MINERO,
requiere profesional para ocupar importante cargo.**

ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS

Código: (A/RRHH)

REQUISITOS:

Titulada y Colegiada en Trabajo Social, Especialización en Recursos Humanos (de preferencia), Cursos de Legislación Laboral.

Experiencia: 3 años de experiencia como Generalista de Recursos Humanos, rubro minería, construcción.

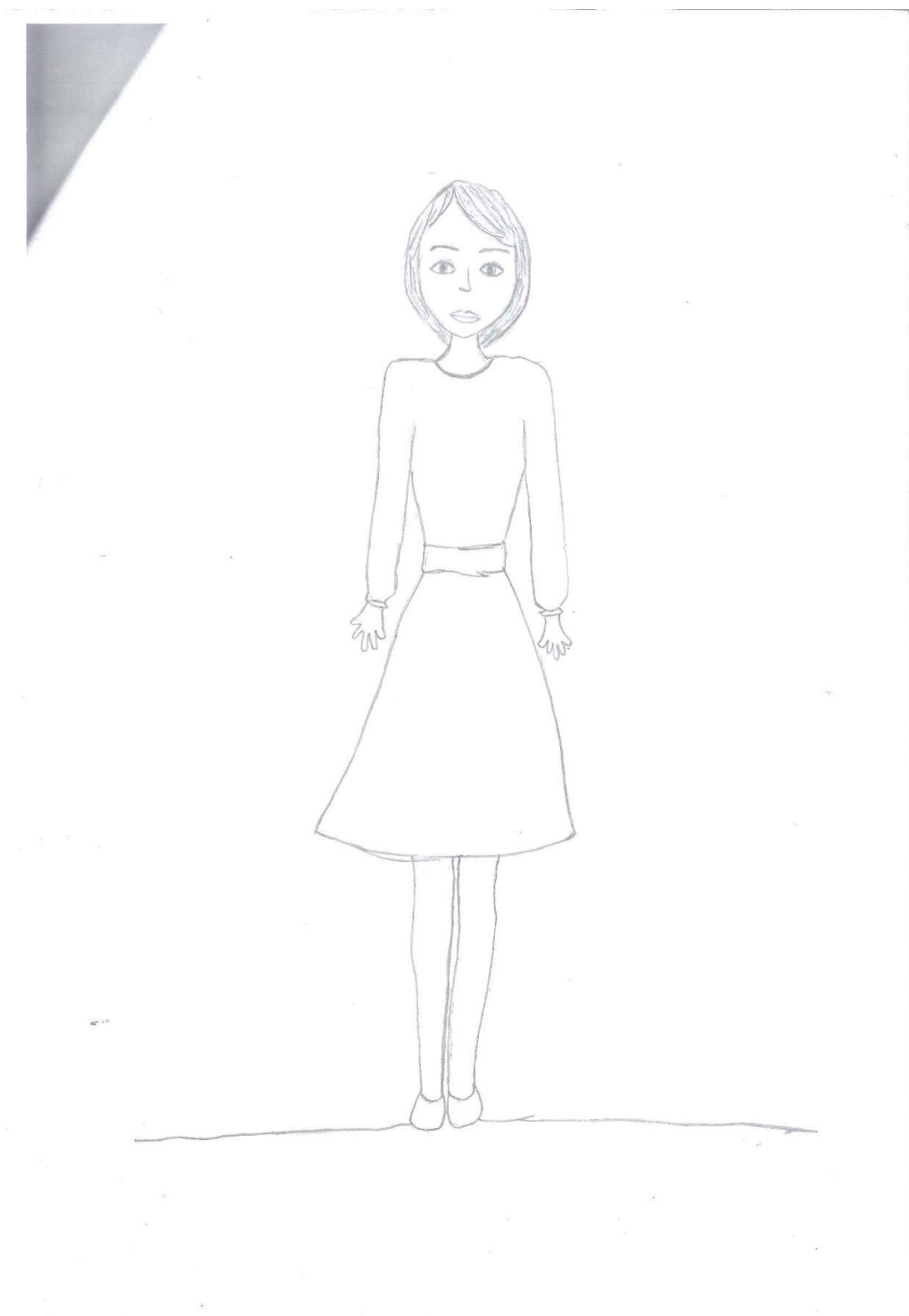
Competencias Técnicas: Conocimiento de las modalidades de contratación, procesos de reclutamiento y selección, legislación laboral vigente, gestión de tramites en EsSalud, planificación y gestión de Bienestar Social.

Horario de trabajo: lunes – viernes.

Indicar pretensiones.

Remitir su CV., al Email: xxxxxxxxxxxx hasta el día 20 de junio del 2017 y/o presentar en la Oficina...

C) Pruebas aplicadas (Dibujo de la Figura Humana, NEO-FFI y Test de Matrices Progresivas - RAVEN)



Test NEO-FFI (Personalidad)

Edad: 33 años

Marque con un aspa (x) según corresponda, considerando las siguientes indicaciones:

A: En total desacuerdo B: En desacuerdo C: Neutral D: De acuerdo E: Totalmente de acuerdo

Nº	Ítems	A	B	C	D	E
1	A menudo me siento inferior a los demás	X				
2	Soy una persona alegre y animosa					X
3	A veces cuando leo poesía o contemplo una obra de arte, siento una profunda emoción y excitación				X	
4	Tiendo a pensar lo mejor de la gente					X
5	Parece que nunca voy a ser capaz de organizarme		X			
6	Rara vez me siento con miedo o ansioso				X	
7	Disfruto mucho hablando con la gente					X
8	La poesía tiene poco o ningún efecto en mí		X			
9	A veces intimidado o adulo a la gente para que haga lo que yo quiero	X				
10	Tengo unos objetivos claros y me esfuerzo por alcanzarlos de forma ordenada					X
11	A veces me vienen a la mente pensamientos aterradores	X				
12	Disfruto en las fiestas en las que hay mucha gente					X
13	Tengo una variedad de intereses intelectuales					X
14	A veces consigo con artimañas que la gente haga lo que yo quiero	X				
15	Trabajo mucho para conseguir mis metas					X
16	A veces me parece que no valgo absolutamente nada	X				
17	No me considero especialmente alegre	X				
18	Me despiertan la curiosidad las formas que encuentro en el arte y la naturaleza					X
19	Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear		X			
20	Tengo mucha autodisciplina					X
21	A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza	X				
22	Me gusta tener mucha gente alrededor				X	
23	Encuentro aburrida las discusiones filosóficas	X				
24	Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar					X
25	Antes de emprender una acción, siempre considero sus consecuencias					X
26	Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces me siento que me voy a desmoronar		X			
27	No soy tan vivo ni tan animado como otras personas		X			
28	Tengo mucha fantasía				X	
29	Mi primera reacción es confiar en la gente					X
30	Trato de hacer mis tareas con cuidado, para que no haya que hacerlas otra vez					X
31	A menudo me siento inquieto	X				
32	Soy una persona muy activa				X	
33	Me gusta concentrarme en un ensueño o fantasía, dejándolo crecer y desarrollarse, explotar todas sus posibilidades			X		
34	Algunas personas piensan de mí que soy frío y calculador	X				
35	Me esfuerzo por llegar a la perfección en todo lo que hago					X
36	A veces me he sentido amargado y resentido	X				
37	En reuniones, por lo general prefiero que me hablen otros		X			
38	Tengo poco interés en andar pensando sobre la naturaleza sobre la naturaleza del universo o la condición humana		X			
39	Tengo mucha fe en la naturaleza humana				X	
40	Soy eficiente y eficaz en mi trabajo					X
41	Soy bastante estable emocionalmente					X
42	Huyo de las multitudes		X			
43	A veces pierdo el interés cuando la gente habla de cuestiones muy abstractas o teóricas		X			
44	Trato de ser humilde					X
45	Soy una persona productiva, que siempre termina su trabajo					X
46	Rara vez estoy triste o deprimido					X
47	A veces reboso felicidad			X		
48	Experimento una gran cantidad de emociones o sentimientos				X	
49	Creo que la mayoría de la gente con la que trato es honrada y fidedigna					X
50	En ocasiones primero actúo y luego pienso		X			
51	A veces hago las cosas impulsivamente y luego me arrepiento	X				
52	Me gustan estar donde está la acción				X	
53	Con frecuencia pruebo comidas nuevas o de otros países			X		
54	Puedo ser sarcástico y mordaz si es necesario	X				
55	Hay tantas pequeñas cosas que hacer que a veces lo que hago es no atender a ninguna	X				
56	Es difícil que yo pierda los estribos					X
57	No me gusta mucho charlar con la gente	X	X			
58	Rara vez experimento emociones fuertes		X			
59	Los mendigos no me inspiran simpatía	X				
60	Muchas veces no preparo de antemano lo que tengo que hacer	X				


Factor:

- ①. Responsabilidad ⇒ Alto
 ②. Amabilidad ⇒ Alto
 ③. Apertura ⇒ Alto

Factor:

- ④. Extraversión ⇒ Alto
 ⑤. Neuroticismo ⇒ Bajo

Test de Matrices Progresivas – RAVEN (Inteligencia)



EDITORIAL PAIDÓS

PROTOCOLO DE PRUEBA DE RAVEN
ESCALA GENERAL

Instituto, Escuela o Clínica _____

Nombre _____

Forma de aplicación Colectiva Prueba N° 15

Fecha de nac. 20 de mayo del 1984

Edad: 33 años 07 meses 04 días

Motivos de la apl. postulación

Fecha de hoy: 23 de junio 2017

Hora de inic.: 8:20 a.m. Duración: 15 min

Hora de fin.: 8:35 a.m.

A			B			C			D			E		
1	4	✓	1	2	✓	1	8	✓	1	3	✓	1	7	✓
2	5	✓	2	6	✓	2	2	✓	2	4	✓	2	6	✓
3	1	✓	3	1	✓	3	3	✓	3	3	✓	3	8	✓
4	2	✓	4	2	✓	4	8	✓	4	7	✓	4	2	✓
5	6	✓	5	1	✓	5	7	✓	5	8	✓	5	1	✓
6	3	✓	6	3	✓	6	4	✓	6	6	✓	6	6	X
7	6	✓	7	5	✓	7	5	✓	7	5	✓	7	2	✓
8	2	✓	8	6	✓	8	1	✓	8	4	✓	8	4	✓
9	1	✓	9	4	✓	9	7	✓	9	3	X	9	1	✓
10	3	✓	10	3	✓	10	6	✓	10	2	✓	10	6	✓
11	5	✓	11	4	✓	11	1	✓	11	2	X	11	3	✓
12	4	✓	12	5	✓	12	2	✓	12	6	✓	12	2	X
Punt. par.: <u>12</u>			Punt. par.: <u>12</u>			Punt. par.: <u>12</u>			Punt. par.: <u>10</u>			Punt. par.: <u>10</u>		

ACTITUD DEL SUJETO
Forma de trabajo

Reflexiva	Intuitiva
Rápida	Lenta
Inteligente	Intuitiva
Concentrada	Dispersa
Concentrada	Dispersa
Concentrada	Desinteresado
Tranquila	Intranquila
Segura	Vacilante
Perseverancia	

DIAGNÓSTICO

Edad cron.	<u>33 a. 1 m.</u>	Puntaje D.	<u>56</u>
T/minut.	<u>15 min</u>	Percent.	<u>75</u>
Discrep.		Rango	<u>11</u>

↓
Superior al
Termino Medio

D) Catálogo de Competencias

ORIENTACIÓN A RESULTADOS CON CALIDAD	
Definición: Capacidad para orientar los comportamientos propios y/o de otros hacia el logro o superación de los resultados esperados, bajo estándares de calidad establecidos, fijar metas desafiantes, mejorar y mantener altos niveles de rendimiento en el marco de las estrategias de la organización. Implica establecer indicadores de logro y hacer seguimiento permanente.	
NIVEL	DESCRIPCIÓN
A	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para promover y desarrollar comportamientos, en sí mismo y en la organización en su conjunto, orientados al logro o la superación de los resultados esperados, y fijar estándares de calidad retadores. • Capacidad para realizar las mediciones pertinentes que permitan evaluar el logro de metas planteadas a través de la correcta instrumentación de las herramientas correspondientes. • Capacidad para fijar nuevos desafíos y metas retadoras para la organización, y alcanzar y mantener altos niveles de rendimiento que produzcan mejoras permanentes de la calidad tanto en la ejecución de las tareas como en los servicios o productos que se brindan.
B	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para orientar los comportamientos propios y/o de otros hacia el logro o la superación de los resultados esperados, bajo estándares de calidad establecidos. • Capacidad para participar proactivamente en la fijación de metas realistas y desafiantes, tanto para sí como para su equipo de trabajo, y mantener y mejorar sus niveles de rendimiento. • Capacidad para realizar el seguimiento de las labores propias y de sus colaboradores a través del eficiente uso de las herramientas disponibles en la organización para tal fin.

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para motivar a sus colaboradores directos a comportarse de igual manera.
C	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para mantener una actitud constante orientada al logro o superación de los resultados esperados, según los estándares de calidad establecidos. • Capacidad para asumir metas desafiantes y orientarse a la mejora de los niveles de rendimiento en el marco de las estrategias de la organización.
D	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para demostrar, a través de su comportamiento, una firme predisposición para realizar las acciones necesarias para alcanzar los objetivos asignados y asumir metas desafiantes. • Capacidad para realizar el control de su propio trabajo.
E	No cuenta con la capacidad para realizar ciertas acciones necesarias para alcanzar objetivos asignados.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO

Definición:

Capacidad para actuar con sensibilidad ante las necesidades de un cliente y/o conjunto de clientes, actuales o potenciales, externos o internos, que se pueda/n presentar en la actualidad o en el futuro. Implica una vocación permanente de servicio al cliente interno y externo, comprender adecuadamente sus demandas y generar soluciones efectivas a sus necesidades.

NIVEL	DESCRIPCIÓN
A	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para crear el ambiente adecuado para que toda la organización trabaje en pos de la satisfacción de los clientes, a fin de lograr establecer una relación de largo plazo con ellos. • Capacidad para diseñar políticas y procedimientos que brinden soluciones de excelencia para todos los clientes y lograr de ese modo reconocimiento en el mercado, el cual aprecia el valor agregado ofrecido, y reforzar de ese modo el prestigio organizacional. • Capacidad para constituirse en un referente por ofrecer soluciones que satisfacen tanto a los clientes internos como externos.
B	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para anticiparse a los pedidos de los clientes tanto internos como externos y buscar permanentemente la forma de resolver sus necesidades. • Capacidad para proponer en su área acciones de mejora, tendientes a incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, y brindar soluciones de excelencia a sus necesidades. • Capacidad para establecer con los clientes relaciones duraderas basadas en la confianza.
C	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para actuar orientado a la satisfacción del cliente (interno y externo). • Capacidad para mantenerse atento y entender las necesidades de los clientes, escuchar sus pedidos y problemas, y brindar una respuesta efectiva en el tiempo y en la forma que ellos lo esperan.

D	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para interpretar las necesidades del cliente (interno o externo, según corresponda), solucionar sus problemas y atender sus inquietudes en la medida de las propias posibilidades; y de no estar a su alcance la respuesta adecuada, buscar la ayuda y/o el asesoramiento de las personas pertinentes.
E	No cuenta con la capacidad para interpretar las necesidades del cliente interno ni externo.

COMUNICACIÓN EFICAZ	
Definición: Capacidad para escuchar y entender al otro, para transmitir en forma clara y oportuna la información requerida por los demás a fin de alcanzar los objetivos organizacionales, y para mantener canales de comunicación abiertos y redes de contacto formales e informales, que abarquen los diferentes niveles de la organización.	
NIVEL	DESCRIPCIÓN
A	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para escuchar y entender al otro, para transmitir en forma clara y oportuna la información requerida por los demás a fin de lograr los objetivos organizacionales, y para mantener siempre canales de comunicación abiertos. • Capacidad para adaptar su estilo comunicacional a las características particulares de la audiencia o interlocutor. • Capacidad para estructurar canales de comunicación organizacionales que permitan establecer relaciones en todos los sentidos (ascendente, descendente, horizontal) y promover el intercambio inteligente y oportuno de información necesaria para la consecución de los objetivos organizacionales.
B	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para escuchar a los demás y para seleccionar los métodos más adecuados a fin de lograr comunicaciones efectivas. • Capacidad para minimizar las barreras y distorsiones que afectan la circulación de la información, y que por ende dificultan la adecuada ejecución de las tareas y el logro de los objetivos. • Capacidad para promover dentro de su sector el intercambio permanente de información, con el propósito de mantener a todas las personas adecuadamente informadas acerca de los temas que los afectan. • Capacidad para hacer un uso efectivo de los canales de comunicación existentes, tanto formales como informales.

C	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para comunicarse de manera clara y concisa, de acuerdo con el tipo de interlocutores con los que debe actuar. • Capacidad para escuchar a los demás y asegurarse de comprender exactamente lo que quieren expresar.
D	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para escuchar atentamente a sus interlocutores y comunicarse de manera clara y entendible. • Capacidad para realizar las preguntas adecuadas a fin de obtener la información que necesita.
E	No cuenta con la capacidad para comunicarse de manera clara y entendible.

FLEXIBILIDAD Y ADAPTACIÓN	
Definición: Capacidad para trabajar con eficacia en situaciones variadas y/o inusuales, con personas o grupos diversos. Implica comprender y valorar posturas distintas a las propias, incluso puntos de vista encontrados, modificar su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera, y promover dichos cambios en su ámbito de actuación.	
NIVEL	DESCRIPCIÓN
A	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para idear y diseñar políticas organizacionales para enfrentar proactivamente problemas y/o situaciones variadas y/o inusuales con eficacia, que impliquen la participación y dirección de personas o grupos diversos, multiculturales y, eventualmente, conflictivos. Implica comprender y valorar posturas distintas a las propias, incluso puntos de vista encontrados, modificando su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera, y promover dichos cambios en el ámbito de la organización en su conjunto y en el entorno directo donde esta tenga influencia.
B	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para diseñar e implementar políticas organizacionales orientadas a enfrentar proactivamente problemas y/o situaciones variadas y/o inusuales con eficacia, que impliquen la participación y dirección de personas o grupos diversos, multiculturales. Implica comprender y valorar posturas distintas a las propias, incluso puntos de vista encontrados, modificando su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera, y promover dichos cambios en el ámbito de la organización en su conjunto y en su área de trabajo en particular.
C	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para implementar las políticas organizacionales dentro de su sector con el propósito de enfrentar problemas y/o situaciones variadas y/o inusuales con eficacia, que impliquen la participación y dirección de personas o grupos diversos, multiculturales. Implica comprender y valorar posturas distintas a

	las propias, incluso puntos de vista encontrados, modificando su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera.
D	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para implementar las políticas organizacionales en su puesto de trabajo con el propósito de enfrentar problemas y/o situaciones variadas con eficacia, que impliquen la participación de personas diversas. Implica comprender y valorar posturas distintas a las propias, incluso puntos de vista encontrados, modificando su propio enfoque a medida que la situación cambiante lo requiera.
E	No cuenta con la capacidad para implementar políticas organizacionales en su puesto de trabajo.