

Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA

✓ CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

✓ LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DEL TRABAJO

Tesis que presenta :

✓ Ma. Del Carmen Robles Zárate

Para obtener el grado de

✓ Licenciado en Psicología Social

89338367

Asesor: Psic. Oscar Rodríguez Cerda

Lector: Psic. Omar Manjarrez Ibarra

1997

Julio 1997.

(97 - P)

INDICE

INDICE	I
AGRADECIMIENTOS	I
ABSTRACT	II
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I EL TRABAJO Y SU CULTURA.	3
1.1. - SIGNIFICACIÓN DEL TRABAJO.	3
1.2. - IMPORTANCIA DEL TRABAJO Y REPRESENTACIÓN, COMO OBJETOS DE ESTUDIO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.	5
1.3. - ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE PATRONATO DEL AHORRO NACIONAL.	6
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	9
2.1. - LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.	9
2.2. - CONDICIONES PARA LA FORMACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.	11
2.2.1. - IMAGEN O NÚCLEO FIGURATIVO.	12
2.2.2. - ACTITUD, INFORMACIÓN Y CAMPO DE REPRESENTACIÓN.	12
2.3. - PROCESOS IMPORTANTES DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.	13
2.3.1. - OBJETIVACIÓN	14
2.3.2. - ANCLAJE	14
2.4. - EL TRABAJO COMO OBJETO DE ESTUDIO DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.	15
CAPITULO III PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGÍA	18
3.1. - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
3.1.1. - JUSTIFICACIÓN	18
3.1.2. - OBJETIVOS	19
3.1.3. - PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.	20
3.1.4. - HIPÓTESIS	20
3.1.5. - VARIABLES	21
3.1.6. - OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	22
3.2. - METODOLOGÍA	22
3.2.1. - SUJETOS.	22
3.2.2. - MUESTRA.	23
3.2.3. - INSTRUMENTOS	24
3.2.4.- PROCEDIMIENTO.	31
3.2.5.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.	33
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y CONCLUSIONES	34
4.1.- ANÁLISIS DE RESULTADOS	34
4.1.1.- ANALISIS DEL CONTENIDO DE LAS ENTREVISTAS.	34
4.1.2.- CUESTIONARIO DE ASOCIACIÓN LIBRE DE PALABRAS.	36
4.1.3.- CUESTIONARIO DE CATEGORIZACIÓN	40
4.1.4.- CUESTIONARIO DE COMPARACIÓN DE PROPORCIONES.	49
4.2.- CONCLUSIONES	51
APENDICE	54
I. CUESTIONARIO DE CATEGORIZACIÓN	54
II. CUESTIONARIO DE COMPARACIÓN DE PROPORCIONES.	57
BIBLIOGRAFÍA	63

AGRADECIMIENTOS

A mi Profesor Oscar, por tener la paciencia y sabiduría para guiarme. Gracias por todo.

A tí Rafael por ser alguien tan especial e importante en mi vida, de no haber contado con tu amor, apoyo, comprensión y demás, no hubiese sido posible llegar aquí.

A Aldo por ser la personita que me motiva e inspira para poder y querer realizar todo. Te amo.

A mi señora Madre por apoyarme, creer en mí y estar siempre al pendiente. Te admiro y me siento muy orgullosa de tenerte.

A mi padre y hermanos por su cariño y comprensión.

Así como a mis compañeros de trabajo, de la Universidad y a todos los que de alguna manera estuvieron involucrados para la realización de esta investigación.

A todos gracias.

ABSTRACT

Lo que se pretende encontrar en esta investigación, es la Representación Social del Trabajo, de los empleados de Patronato del Ahorro Nacional, que laboran en las Oficinas Centrales de este organismo, con el objetivo de describir si el Concepto de Trabajo como tal es un tema de representación social en la población elegida, así como detallar los componentes teóricos en el proceso de objetivación y de anclaje. Esta investigación es de campo de tipo descriptivo y los sujetos de la muestra se eligieron aleatoriamente.

INTRODUCCIÓN

Lo que se pretende estudiar en esta investigación es el conocimiento socialmente elaborado y compartido que tienen los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional, Organismo Público Descentralizado, con respecto al Trabajo, y cómo este conocimiento guía sus conductas y relaciones con la realidad y con los demás grupos, de acuerdo al alcance de la Teoría de la Representación Social.

La inquietud por estudiar este tema tiene varias explicaciones, en primer lugar, la investigación en el campo de la psicología social, se inclina en la revaloración del proceso productivo, del trabajo y del trabajador como objetos de atención, por lo que es necesario e importante el establecimiento de un clima de trabajo que favorezca la participación de todas las esferas de actividad, una comunicación fluida entre sus integrantes, así como conocer y estudiar la representación social que cada uno de los trabajadores tiene respecto al Trabajo, ya que el trabajo es una de las actividades centrales de la vida y constituye una de las formas más importantes e interesantes del comportamiento social. Así veremos la importancia de las representaciones que los empleados de este organismo tienen, ampliando la visión del comportamiento social, los efectos de la tecnología, de las estructuras sociales y el desarrollo de las relaciones, entre otros.

Otro motivo bastante válido, es el que se refiere al simple aporte a la teoría, ya que cualquier estudio que se realice de representación social con respecto a cualquier objeto o acontecimiento, en cualquier grupo de estudio, es importante, puesto que los conocimientos sociales son bastantes y si investigamos varias representaciones sociales de los mexicanos, podemos describir mejor los contenidos de su sentido común y darnos cuenta de la variación que existe, de acuerdo al contexto en que viven. También hay que considerar el aporte de los instrumentos que se van a utilizar, ya que pueden servir como guía para investigaciones posteriores.

Esta investigación ayudará a todas aquellas personas que se interesen en conocer las informaciones, opiniones, actitudes, atribuciones y creencias generadas con respecto al trabajo, porque se describirá ¿Qué es el trabajo? para el grupo de estudio elegido, cómo lo perciben, cómo lo objetivan y cómo guía su conducta, en resumen su campo representacional.

Se considera que esta investigación puede aportar ideas para conocer a esta población o grupo y proponer alternativas de mejoras del trabajo.

En referencia a la estructura de este estudio, tenemos que esta investigación comprende Cuatro Capítulos, en el primero se habla del trabajo y su cultura; el segundo es nuestro marco teórico, que como ya se mencionó en un inicio, se explicará de acuerdo a la Teoría de la Representación Social; un tercer capítulo, en el que se tiene el Planteamiento del Problema y Planteamiento Metodológico y el capítulo cuarto, en el que se manejan los resultados y conclusiones.

Para realizar este estudio, se requirió apoyarse en la aplicación de 4 instrumentos, la Entrevista, el Cuestionario de Asociación Libre de Palabras, el Cuestionario de Categorización y el Cuestionario de Comparación de Proporciones. Dichos instrumentos se aplicaron a los empleados del organismo, los cuales fueron seleccionados aleatoriamente, sobre la base de la plantilla de personal que tiene la Institución y de acuerdo al número de expediente y adscripción. Ya en el capítulo correspondiente se dará el detalle de aplicación de cada uno de los instrumentos.

Por último, sólo me resta decir que con la realización de este estudio, me he percatado aún más que soy una persona, una profesional comprometida y que en el vínculo sociedad-individuo, el psicólogo social es un motor importante. Algo más importante es el saber que ya existe un amplio interés en el aspecto social.

CAPITULO I EL TRABAJO Y SU CULTURA.

El trabajo es agradable unas veces y desagradable otras, pero es necesario para proveerse de alimento, vestido, vivienda, protección contra enemigos externos y elementos destructores internos; entonces podemos entender por la palabra "trabajo" siempre como actividad, y su significado dice Rüssel¹ varía según las relaciones temporales del trabajo como un proceso.

El trabajo es producto de factores culturales como creencias, símbolos, acciones, etc. que se tratará de explicar en esta investigación, ya que toda sociedad desarrolla mediante procesos históricos, ciertas actitudes hacia el trabajo y ciertos modos de trabajar que pasan a los hijos a través de la educación y demás formas de socialización.

1.1. - SIGNIFICACIÓN DEL TRABAJO.

Como ya se mencionó en el párrafo anterior, entenderemos al "trabajo" como una actividad, que es siempre necesaria para satisfacer necesidades. La naturaleza del trabajo se ha visto enormemente afectada por la tecnología, desde la Edad de Piedra con sus hachas, hasta las fábricas de automóviles automatizadas.

La tecnología afecta a las relaciones con los supervisores y directores y a la clase de organización de la empresa. La tendencia a la consecución de una tecnología más complicada es en parte económica: se desea producir los mismos bienes a menor costo, generalmente con menos trabajadores. Esto ha desarrollado actitudes hacia el trabajo, representaciones sociales diferentes y tipos de organización laboral también diferentes.

¹ Rüssel, A. Psicología del trabajo, p. 29

Es posible cambiar las condiciones de trabajo sin modificar la tecnología, haciéndolo más satisfactorio y motivador. Regularmente un trabajo trae consigo una retribución. También expresa el esfuerzo presente, los productos y situaciones obtenidos mediante este esfuerzo.

El trabajo como actividad viene determinado por el tiempo, tiene principio y término. El trabajo en sentido más amplio es un concepto agudo. Es una forma, comenta Rüssel (1976) "objetiva espiritual surgida del intercambio hombre-cosa" y que, por otra parte, se influyen mutuamente, esto significa que no es unilateral.

Para el trabajo se necesitan instrumentos, y para que un objeto sea instrumento de trabajo es cuando, éste ayuda a la tarea. Ahora bien, el resultado, o sea el producto para que lo sea debe dar paso a nuevos productos y por tanto a una nueva relación laboral hombre-cosa.

La finalidad de la economía es la producción de bienes de consumo para satisfacer las necesidades: el trabajo produce bienes, pero no se limita a ello.

El trabajo es la piedra filosofal de la existencia humana, el hombre pasa la mayor parte de su tiempo útil trabajando, el ámbito laboral tiene indudablemente una influencia en su vida, de manera constante; por tal motivo el espacio laboral debe lograr involucrar realmente a los integrantes, hacer que ejerzan su creatividad y su talento, que resulte atractivo el trabajar y sobre todo que tenga finalidad significativa y representativa.

Visto lo anterior, podríamos dar algunos elementos esenciales del trabajo:

1. Actividad Humana: el trabajo es en esencia humano.
2. Actividad Mixta: física y mental.
3. Actividad Creativa: en el trabajo algo se transforma, algo cambia de valor.
4. Actividad Por un fin: lo que más resalta es el fin que se persigue.
5. Actividad Con carácter necesario: trabajo impuesto.
6. Actividad Limitante: El trabajo exige esfuerzo y tiempo evitando hacer otras actividades.
7. Actividad Repercutible: por exigir esfuerzo y tiempo repercute en nuestra vida.

8. Actividad Social: característica del hombre. Trabajar en sociedad.
9. Actividad Remunerada: Por la prestación de un trabajo.

Se podrá inquirir entonces, que la satisfacción laboral en el trabajo se entenderá por una tendencia positiva emocional de la personalidad a percibir la actividad laboral como motivante dirigida a satisfacer determinadas necesidades.

1.2. - IMPORTANCIA DEL TRABAJO Y REPRESENTACIÓN, COMO OBJETOS DE ESTUDIO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

El psicólogo social pretende con su teoría-praxis mejorar el nivel de vida y bienestar social de quienes son objeto de sus servicios como profesional. En el campo de la actividad de servicios, su papel es indiscutible en aplicaciones prácticas de la teoría del comportamiento humano, en la industria o cualquier otro ámbito, en la comprensión de fenómenos grupales y en su intervención para solucionarlos. Por lo que el Psicólogo Social como profesional debe de contribuir a la solución de problemas como:

- a) La concepción o modificación de sistemas de trabajo.
- b) Capacitar, seleccionar y canalizar personal.
- c) Asegurar su actualización, su capacitación y su perfeccionamiento.
- d) Prevenir los accidentes y mejorar las condiciones de trabajo.
- e) Apreciar objetivamente las potencialidades y los resultados individuales.
- f) Proponer remuneraciones equitativas.
- g) Facilitar las comunicaciones, las relaciones interpersonales y las relaciones intergrupales², etcétera.

De lo anterior se desprende que el profesional en esta área debe conocer el funcionamiento de la industria en todos sus niveles, desde el administrativo hasta el psicológico. Esto con la finalidad de poder comprender con precisión en donde incidir en la solución de problemáticas psicosociales.

² Urbina Soria, J. (compilador), El psicólogo. Formación, Ejercicio Profesional, Prospectiva, p.p. 279-280.

En este sentido el campo del Psicólogo Social-Industrial tiene estrecha relación con el departamento de Recursos Humanos, de tal forma que:

" El psicólogo debe de prestar valiosa ayuda y colaboración en áreas tales como son: La selección de personal, el adiestramiento, capacitación y desarrollo de personal, consejo en la industria, ingeniería psicológica, motivación humana en la industria, relaciones psicológicas empleado-patronales, mercadotecnia, análisis y valuación de puestos, calificación de méritos, seguridad industrial y estructura de comunicaciones, concepción y reformas a sistemas de trabajo, análisis y calificación de potenciales individuales, etc., hasta llegar a dominar las teorías y técnicas inherentes a la llamada psicología de la organización."³

Por lo que resulta obvia la necesidad de profesionales de la psicología en esta área.

Es sabido que toda empresa o institución que presta un servicio y/o produce un bien, está conformada y constituida por grupos, de ahí que surja la importancia de su estudio y conducción, estudio que nos llevará a identificar fenómenos como, lo que busco en este trabajo, la representación social que se tiene del trabajo para el grupo elegido de investigación, como lo perciben, como lo objetivan y como guía su conducta. En resumen su campo representacional.

1.3. - ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE PATRONATO DEL AHORRO NACIONAL.

El Patronato del Ahorro Nacional es un Organismo Descentralizado del Gobierno Federal, se ubica dentro del Sector y Administración Pública y fue creado para captar el ahorro popular.

³ Urbina Soria, J. Op. Cit. p. 280

Los organismos descentralizados se caracterizan por:

Depender indirectamente del Ejecutivo Federal.

Poseer personalidad jurídica.

Tener patrimonio propio.

Poseer facultades limitadas.

Algunos organismos descentralizados son: Ferrocarriles Nacionales de México, Comisión Federal de Electricidad, ISSSTE, IMSS y PEMEX, entre otros.

El ahorro captado por el Patronato es invertido financieramente para tener una utilidad que beneficie a sus clientes y empleados.

ANTECEDENTES.

De acuerdo al decreto emitido por el Gobierno Federal, el 31 de diciembre de 1949, surge el Patronato del Ahorro Nacional, y en cumplimiento a la primera Ley del Ahorro Nacional, del 30 de diciembre de 1950, se pusieron a la venta por primera vez los Bonos del Ahorro Nacional, constituyéndose así el Patronato del Ahorro Nacional.

En su inicio, el Patronato del Ahorro Nacional contaba con 8 sucursales en el Distrito Federal y 17 en el interior de la República.

El 30 de diciembre de 1961 se reforma la Ley del Ahorro Nacional, donde se precisa que el Patronato del Ahorro Nacional es un organismo descentralizado del Gobierno Federal con personalidad jurídica y patrimonio propio, encargado de apoyar los objetivos sociales, económicos y de interés público, establecidos en esa Ley.

Aunado al desarrollo del país, se fue dando también el de la Institución, los instrumentos de ahorro se diversificaron, se incrementó la captación y al crecer sus operaciones, así como sus funciones, se hizo necesario contar con un inmueble propio para instalar las oficinas centrales de manera permanente; por ello en 1961 se adquirió el edificio de Paseo de la Reforma No. 77, en el que a la fecha se continúa laborando.

La Ley Orgánica del Patronato del Ahorro Nacional, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de diciembre de 1986, posteriormente en el mismo diario se publica el 26 de junio de 1987, el decreto mediante el cual se instituye el "Estatuto Orgánico del Patronato del Ahorro Nacional", en el que se establecen las bases conforme a las cuales deberá regirse la organización, funcionamiento y facultades que corresponden a los distintos órganos que integran el Patronato.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1. - LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.

La Teoría que se utilizará en la presente investigación es la Representación Social, esta teoría fue concebida en sus inicios por Durkheim y era utilizada sobre todo por la sociología, posteriormente se convirtió en una teoría de la psicología social, desarrollada por Serge Moscovici en los años de 1961 a 1976. En la actualidad se desarrollan investigaciones en torno a esta teoría en todo el mundo, pero sobre todo en las Universidades de Estados Unidos y de Europa, se ha convertido en una teoría muy difundida y toda investigación que se realiza sobre ella la enriquece aún más, ya que ayuda al esclarecimiento del conocimiento del tan discutido sentido común.

A continuación se describirá la composición de la teoría, tomando como referencia a la que desarrolló Moscovici:

Los seres humanos han creado todo un sistema de conocimiento en su realidad social en la que habitan, como por ejemplo ir vestidos apropiadamente a determinado lugar al que asistan o para la actividad que van a realizar, no pueden usar zapatos de tacón alto para ir a jugar tenis.

También existen otros conocimientos que no son tan tangibles como la forma de vestir "Ad hoc" o de comportarse apropiadamente en los diferentes ambientes que te rodean que son dados por las reglas de moral y etiqueta pertenecientes en los diferentes países, pues hay otros conocimientos cotidianos que se formulan con palabras que nos producen emociones y sentimientos cuando las oímos, como por ejemplo: el amor y amistad; odio y rencor; compasión y lástima, etc., así como también las que tienen contenido simbólico o icónico, como por decir: "morir", tal vez a algunas personas se les venga a la mente el cielo, el purgatorio o la putrefacción en la tierra, en fin, hay muchas creencias en torno a la muerte y lo que sigue detrás de ella que generan opiniones encontradas y de discusión.

Este tipo de conocimiento es el que le interesa a la teoría de la Representación Social, ya que tiene un papel importante en como la gente piensa y organiza su vida cotidiana, a partir de la información que tenga sobre el objeto, que en este caso es el trabajo, de su sentir sobre él y de la carga simbólica que contenga dicho objeto. En esta parte radica su importancia de la teoría, ya que no solamente le interesa la información tangible como tal, sino también el contenido simbólico y sentimental.

El conocimiento cotidiano que denominamos Representación Social tiene unas características específicas, que debemos puntualizar, ya que no todas las cosas pueden considerarse tema de representación social, dichas características son las siguientes:

- a) El conocimiento que se estudie debe tener su inicio dentro de un carácter social.
- b) El hecho de ser compartido ampliamente y distribuido dentro de la colectividad, es decir, que se caracteriza por una forma específica de pensamiento, sentimiento y actuación de los grupos sociales, y
- c) La estructura interna y los procesos implicados.

Por lo tanto, el término de Representación Social significa dos cosas: Por una parte se usa para referirse a los procesos, la sociogénesis por la que crea el conocimiento colectivo a través del discurso y la comunicación; y por otra parte, el término se refiere al producto final de ese proceso, el conocimiento colectivamente distribuido e individualmente accesible.

La noción de Representación Social concierne a la manera de cómo nosotros, sujetos sociales, aprendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro entorno próximo o lejano de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, en pocas palabras, el conocimiento del "sentido común" (ingenuo, espontáneo, natural).

Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social, por lo tanto, este conocimiento es socialmente elaborado y compartido. También nos ayuda a dar sentido a acontecimientos, actos y movimientos sociales que terminan por sernos habituales. Este conocimiento participa en la construcción social de nuestra realidad.

Moscovici define a la Representación Social como un contenido social de informaciones, imágenes, opiniones, actitudes, etc., este contenido se relaciona con un objeto, como puede ser un trabajo a realizar, un acontecimiento económico, un personaje social, etc., por lo tanto toda representación de algo y de alguien constituye el proceso por el cual se establece su relación con el grupo, familia, clase, individuo, etc.

2.2. - CONDICIONES PARA LA FORMACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.

Si tomamos en cuenta que la representación social surge de la relación sujeto-objeto social medida por la relación sujeto-objeto dentro de un espacio específico, entonces hay que destacar que existen condiciones necesarias para el surgimiento de esta representación.

Como lo menciona Moscovici, existen tres condiciones que influyen en la formación de la representación social:

- 1) En primer lugar, siempre existe la dispersión y desfase de la información. Es decir, la información que se tiene con respecto a un objeto que tiene presente el sujeto, se encuentra dispersa con respecto a lo que sería necesario para constituir el fundamento del conocimiento.
- 2) En segundo lugar, el grado de focalización, es decir, el grado de interés y de implicación del grupo o del individuo sobre ciertos objetos varía.
- 3) La tercera condición que marca, es la presión a la inferencia, o sea la circunstancia y las relaciones sociales exigen que el individuo o el grupo social sean capaces, en cada instante, de actuar, de proporcionar una estimación o de comunicar. Esta presión acelera el proceso de transición de la comprobación a la inferencia.

La relación entre las tres condiciones determina la naturaleza de la representación social y sus cualidades formales, su grado de estructuración, inclusive su existencia. En base a ello se explica la variabilidad de posiciones frente a un objeto socialmente significativo, aprendido en un contexto dinámico caracterizado por relaciones sociales conflictivas.

2.2.1. - IMAGEN O NÚCLEO FIGURATIVO.

El aspecto de imagen o núcleo figurativo de la representación, es inseparable de su aspecto significante: la estructura de cada representación, dice Moscovici, "aparece desdoblada, tiene dos caras tan poco dissociables con o el anverso y el reverso de una hoja de papel: la cara figurativa y la cara simbólica⁴.

Tenemos que: $REPRESENTACIÓN = \frac{FIGURA}{SENTIDO}$

Lo que significa que la representación hace que a toda figura o imagen corresponda un sentido y a todo sentido corresponda una figura o imagen.

Los estudios sobre las representaciones sociales emplean el término imagen en un sentido como de "figura" "conjunto figurativo", es decir constelación de rasgos de carácter concreto, o bien en sus acepciones que hacen entrar en juego la intervención especificante de lo imaginario, individual o social, o de la imaginación. Además, en algunos estudios recientes, la psicología cognitiva ha tenido que reflexionar sobre las distinciones que existen entre imagen y representación, y considerar a la imagen como una de las especies del género representación, junto a las representaciones de lenguaje y de relaciones.

2.2.2. - ACTITUD, INFORMACIÓN Y CAMPO DE REPRESENTACIÓN.

El contenido de la representación social se puede analizar de acuerdo a varias dimensiones, como lo señala Moscovici: la Actitud, la Información y el Campo de representación.

⁴ Moscovici, Serge. Psicología Social II

La actitud es una de las dimensiones más primitivas, en el sentido que para su existencia no se requiere de una basta información y de un campo de representación poco organizado. La actitud expresa la orientación general, positiva o negativa, frente al objeto de la representación, es decir, el objeto de representación se le presenta al sujeto en dos planos, positivo y negativo, donde la actitud expresa la predisposición hacia uno de esos valores. Por ejemplo, en el caso del trabajo, en el grupo de sujetos que se les aplicó los cuestionarios, algunos mostraron una actitud hacia el objeto representado "Trabajo", de compañerismo y conflictos. O la actitud de responsabilidad respecto al trabajo. Esto los podremos observar en los resultados que se presentan en el capítulo IV.

La información se refiere al total de conocimiento que se tiene de un objeto social, el cual, difiere en cantidad y calidad de un sujeto a otro o de un grupo a otro. Esta diferenciación va a estar en relación con el acercamiento que se tenga con el objeto, es decir, la importancia que tiene el objeto para el sujeto o grupo en su cotidianidad. Estas diferencias las podemos observar en los resultados que se obtuvieron en el grupo de hombres y el grupo de mujeres, ya que ambos no tienen la misma representación del trabajo.

La noción de campo de representación nos indica que existe una organización de los elementos, que se dan basándose en una jerarquización, para lo cual implica que existe un mínimo de información. El campo de representación varía de un sujeto a otro o de un grupo a otro, así como en el interior del mismo grupo en función del carácter más o menos rico de la información, de la integración de ésta a un nuevo nivel imaginativo, o bien, en función a factores ideológicos.

2.3. - PROCESOS IMPORTANTES DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.

Como el problema de estudio de esta investigación es el de descubrir la representación social del trabajo (considerando que éste es objeto social) y si realmente el trabajo es tema de representación social, como ya conocemos las condiciones para la formación de la representación social y el contenido de ésta, pasaremos ahora a describir los procesos más importantes de la teoría, que son la objetivación y el anclaje.

2.3.1. - OBJETIVACIÓN

El proceso de objetivación se refiere al mecanismo de lo abstracto, es decir, a todas aquellas cosas que no tienen una realidad concreta, como el amor, la educación, la amistad, todo lo intangible. En la teoría de la Representación Social el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencia o materializaciones concretas. Mediante este proceso se identifican las fases más importantes consideradas por los investigadores:

Primero la transformación icónica actúa en un primer momento seleccionando y descontextualizando ciertas informaciones de la idea o entidad que se objetiva, después materializa la entidad abstracta en una imagen o figura concreta, de este modo la transformación icónica da lugar a la estructura imaginaria que reproduce una estructura conceptual, esta imagen estructurada es lo que se denomina "núcleo figurativo", cuando un grupo social dispone de un núcleo es más sencillo hablar de la idea o concepto representados, esta simplificación en una imagen nos permite conversar y también comprender de forma más sencilla las cosas, a los demás y a nosotros mismos, y a través de su uso en diferentes circunstancias se convierte en un hecho natural.

El segundo paso de la actividad sociocognitiva que permite objetivarse es la naturalización, de esta manera, la transformación de un concepto es una imagen pierde su carácter simbólico arbitrario, convirtiéndose en una realidad con existencia propia y autónoma, las imágenes sustituyen la realidad.

Cuando se analiza una representación social, el objetivo no es tanto detectar y configurar cuál es su núcleo figurativo, por ejemplo, si no estudiar qué elementos concentran la significación del objeto representado y como se articula esa significación con la práctica cotidiana en el interior de los grupos sociales, tampoco interesa demasiado la comparación entre las características reales del objeto representado y su representación social.

2.3.2. - ANCLAJE

Este proceso consiste en clasificar, nombrar y transformar, a partir de una sistema de categorías, a todo aquello que nos es extraño o no familiar para volverlo propio.

Las dos modalidades de intervención que permiten describir el funcionamiento del anclaje son las siguientes:

- a) El sentido de la generalización, que consiste en la inserción del objeto de representación en un marco de referencia conocido y preexistente y,
- b) El sentido de individualización, que consiste en la instrumentalización social del objeto representado (al objeto mismo se le toma como a una categoría).

Las implicaciones del anclaje, en cualquiera de los dos sentidos mencionados, expresa determinado tipo de relación del sujeto con el objeto o viceversa.

En este sentido, el fenómeno de anclaje es una prolongación de la objetivación, es decir, el sistema de categorías de los sujetos influye en la forma de relación sujeto-objeto.

Cuando un grupo social se enfrenta a un fenómeno extraño o una idea nueva que en cierto modo amenaza su identidad social, el enfrentamiento al objeto no se realiza en el vacío. Los sistemas de pensamiento del grupo, sus representaciones sociales, constituyen puntos de referencia con los que se puede amortiguar el impacto de la extrañeza. Finalmente, para detallar qué elementos intervienen en los procesos generales de objetivación y anclaje, especificar qué forma toman y como funcionan esos elementos, es una importante necesidad para el desarrollo de la representación social.

2.4. - EL TRABAJO COMO OBJETO DE ESTUDIO DE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL.

Las personas de cualquier sociedad o estado han ido creando una infinidad de conocimientos, si nos ponemos a imaginar cuantos conocimientos poseemos en la mente y que hemos formado a lo largo de nuestra vida nos sería imposible enumerarlos, sin embargo, los utilizamos incesantemente para cualquier actividad que realizamos y para comprender las cosas nuevas que aprendemos o nos enfrentamos.

John Locke, escritor inglés, dice que nos formamos "ideas" tanto de las cosas que vemos y tocamos, como de las que conocemos sólo por medio del lenguaje y que podemos describirlas al igual que podríamos describir una taza o una mesa y en específico se refiere a aquellas cuestiones "inmateriales" como el amor, la amistad, la muerte, la salud, la maternidad y una infinidad de objetos más que podemos identificarlos y comprenderlos aunque sean extraños o ajenos a nosotros⁵.

Es dentro de este marco donde entra la Representación Social, ahí, donde los seres humanos que comparten un país, un estilo de vida, un grupo o un entorno elaboran significados comunes para crear como una especie de "armonía ideológica" entre sus miembros, Moscovici lo describe como: "una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Y correlativamente, la actividad mental desplegada por individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen⁶, que en este caso específico será respecto al trabajo.

Podemos ver que este conocimiento social como lo llama Moscovici, no solamente nos sirve para comprender nuestra realidad, sino también para colocarnos en una determinada posición con respecto a algo, como podría ser el aborto, la creencia religiosa, la situación del trabajo o hacia un cambio de legislación, de compromiso, etc., pero, ¿Cómo es que adquirimos esa determinada forma de pensar y organizar nuestra vida cotidiana por medio de los distintos conocimientos sociales?. Bueno, las razones pueden ser infinitas pero las más factibles y la respuesta que nos da la teoría es: "a través del contexto concreto en que se sitúan los individuos y los grupos; a través de la comunicación que se establece entre ellos, a través de los marcos de aprendizaje que proporciona su bagaje cultural: a través de los códigos, valores e ideologías relacionados con las posiciones y pertenencias sociales específicas..."⁷

⁵ Locke, John. "Ensayo sobre el entendimiento humano"

⁶ Moscovici, Serge. Psicología Social II

⁷ ibid. p g. 473

Así pues, adquirimos los conocimientos por medio del contexto, que se refiere al espacio, tiempo y lugar en el que habitamos; a la comunicación que desarrollamos entre nosotros y todo lo que implica el hecho de comunicarnos, como puede ser que prevalezca un esquema de comunicación de todos con todos (esquema triangular) o a manera de chisme, también influyen los sistemas masivos de comunicación como generadores de conocimientos y posturas. El bagaje cultural se refiere a todos aquellos símbolos y mitos propios de una comunidad con una historia considerable y reconocida por los miembros que la integran.

Considerando al Trabajo como objeto social y que éste es tema de Representación Social, es que se realiza esta investigación para conocer como perciben la imagen del trabajo, sus actitudes, comunicación, etc. y determinar si existen diferencias entre hombres y mujeres de la misma población, en específico de los empleados que trabajan en el Patronato del Ahorro Nacional.

CAPITULO III PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGÍA

3.1. - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1.1. - JUSTIFICACIÓN

Lo que se pretende estudiar en esta investigación es el conocimiento socialmente elaborado y compartido que tienen los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional con respecto al Trabajo, y de cómo este conocimiento guía sus conductas y relaciones con la realidad y con los demás grupos.

La investigación está dirigida al alcance de la teoría de la Representación Social, la cual se describe ampliamente en el Marco Teórico, pero de manera general, podemos simplificarla diciendo que se encarga de explicar y captar el conocimiento de sentido común que elaboran los grupos y comunidades como resultado de la tradición cultural, el contexto social e histórico en el que se desarrollan, la comunicación e información a la que tienen acceso, sus códigos morales, así como todos los conocimientos que incluyan contenidos cognitivos, afectivos y simbólicos que posean.

Esto es en pocas palabras lo que se pretende investigar, por medio de un diseño de investigación descriptivo.

El porqué se va estudiar este tema, tiene varias explicaciones, en primer lugar por lo interesante que me resulta hacer este tipo de estudio en el campo laboral, específicamente en la empresa en la que laboro desde hace ya algún tiempo, para de alguna manera conocer las creencias que se tienen acerca del trabajo y así de ser posible realizar propuestas que contribuyan al mejoramiento laboral.

Otro motivo válido, es el que se refiere al simple aporte a la teoría, ya que cualquier estudio que se realice de representación social con respecto a cualquier objeto o acontecimiento, en cualquier grupo de estudio, es importante, puesto que los conocimientos sociales son bastantes y si investigamos varias representaciones sociales de los mexicanos, podemos describir mejor los contenidos de su sentido común y darnos cuenta de la variación que existe, de acuerdo al contexto en que viven. También hay que considerar el aporte de los instrumentos que se van a utilizar, ya que pueden servir como guía para investigaciones posteriores.

Esta investigación ayudará a todas aquellas personas que se interesen en conocer las informaciones, opiniones, actitudes, atribuciones, etc. con respecto al trabajo, porque se describirá ¿Qué es el trabajo? para el grupo elegido de estudio, cómo lo percibe, cómo lo objetivan y cómo guían su conducta, en resumen su campo representacional.

Como hipótesis principal tenemos el conocer la representación social de dicha población, describirla y captar si existe o no la diferencia entre hombres y mujeres.

3.1.2. - OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Investigar la Representación Social del Trabajo en los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Investigar la representación social del trabajo en la población elegida y explicar por qué se puede considerar como tal.
2. Describir cuáles son las informaciones compartidas por los empleados de la población, a partir de su conocimiento cotidiano con respecto al trabajo.
3. Describir cuál es la Imagen o Núcleo Figurativo del trabajo y cómo es naturalizada en la población.
4. Indagar cómo se lleva a cabo el proceso de anclaje, es decir, cómo la representación guiará sus comportamientos, en el ámbito laboral.

5. Analizar conjuntamente el proceso de objetivación que posee la población con respecto al trabajo y cómo es utilizado en su vida cotidiana, a través del proceso de anclaje.
6. Investigar si existen diferencias entre el género (masculino y femenino) respecto a su representación social.

3.1.3. - PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuál es la Representación Social del Trabajo en los empleados del Patronato del Ahorro Nacional?

¿Cuáles son las informaciones compartidas por los empleados de la población a partir de su conocimiento cotidiano, con respecto al trabajo? ¿Cuál es la imagen o Núcleo Figurativo del trabajo y cómo es naturalizada en la población?

¿Cómo se lleva a cabo el proceso de anclaje, es decir, cómo la representación guiará sus comportamientos, en el ámbito laboral?

¿Cuál es la diferencia entre los hombres y las mujeres respecto a su representación social?

3.1.4. - HIPÓTESIS

HIPÓTESIS 1:

Ho: No existe una Representación Social del Trabajo en los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional.

Ha: Sí existe una Representación Social del Trabajo en los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional.

HIPÓTESIS 2:

Ho: No existe diferencia entre hombres y mujeres que trabajan en Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional.

Ha: Sí existe diferencia entre hombres y mujeres que trabajan en Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional.

3.1.5. - VARIABLES

VARIABLES INDEPENDIENTES

- Los empleados de Oficinas Centrales que trabajan en el Patronato del Ahorro Nacional.
- Género

VARIABLE DEPENDIENTE

- La Representación Social del Trabajo

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES

REPRESENTACIÓN SOCIAL:

La Representación Social designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de saber generativos funcionales socialmente caracterizados. En el sentido más amplio designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal.

En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.⁸

Las variables independientes se describen en el apartado de Metodología, con respecto a la variable género se refiere a masculino y femenino.

TRABAJO: Actividad que es necesaria para satisfacer necesidades⁹.

8 Jodelet, D. en Psicología Social II de Moscovici

9 Rüssel, A. Psicología del trabajo.

3.1.6. - OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La representación social será investigada desde sus dos procesos básicos la objetivación y el anclaje. Para saber cuáles son las creencias que se tienen acerca del trabajo y cómo se han condensado en una imagen, naturalizándolas, guiando sus comportamientos y las relaciones en su vida cotidiana, en una palabra su campo representacional, esto es lo que se pretende encontrar. Por Trabajo debemos entenderlo como un término que posee creencias, conocimientos, informaciones, etc. extraídos del campo cotidiano, accesible para los individuos comunes, ya que a pesar de que el trabajo es una actividad representativa, muchas veces no la vemos como tal, sino que tenemos otras nociones muy diferentes a lo que realmente es teóricamente, esto quiere decir que hay una descontextualización del campo científico al campo del sentido común y es precisamente éste último el que nos interesa.

3.2. - METODOLOGÍA

3.2.1. - SUJETOS.

A los empleados que se les puede considerar como sujetos de estudio, deben cumplir con las siguientes características:

1. Ser empleado del Patronato del Ahorro Nacional, ubicado en Ave. Reforma No. 77, Colonia Revolución.
2. Tener adscripción en alguna de las áreas o departamentos de las Oficinas Centrales, de acuerdo al organigrama que maneja este organismo.
3. Ser elegido de acuerdo a los criterios del procedimiento para la selección muestral.

A grandes rasgos éstas serían las características de los empleados para considerarse sujetos de estudio, aún que en los siguientes puntos de "muestra" y "procedimiento" se definirán aún más para mayor comprensión del método. Por otro lado, no se incluyó la edad, escolaridad y la antigüedad en el puesto como características de los sujetos, ya que no se consideraron como variables independientes en el planteamiento del problema.

3.2.2. - MUESTRA.

En primer término, antes de seleccionar a la muestra, debemos especificar claramente cuál es nuestra población. Tomando como referencia los objetivos de esta investigación, se eligió como población a todos los empleados de Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional, las razones por las que se fue elegida esta población son principalmente la de encontrar su representación social, considerando a la población sólo como un grupo más por estudiar para alcanzar la consolidación de la teoría, asumiendo que los grupos varían en sus representaciones según sus características específicas.

Otra razón por la que se eligió esta población se debe a que en la actualidad me encuentro laborando en el área de recursos humanos de este organismo, y como ya en la introducción se mencionó, en algún momento se pueden proponer alternativas de mejoras de trabajo, según los resultados que se obtengan del estudio.

Pasando a la selección de la muestra, ésta se realizó aleatoriamente, considerando a los 249 sujetos vigentes en la plantilla del personal que trabaja en las Oficinas de la Institución. En la selección no participó el personal de mandos medios y superiores, es decir, los funcionarios como son: Directores, Subdirectores, Gerentes, Jefes de Departamento ni Subjefes de Departamento.

Para la selección de los sujetos aleatoriamente, fue importante conocer su número de expediente, y de acuerdo al proceso aleatorio fue como se fueron buscando a los sujetos, hasta completar nuestro número de sujetos del sexo masculino y femenino.

Cabe señalar que los 249 sujetos tuvieron la misma oportunidad de participar y contestar cada uno de los instrumentos, ya que en algunos casos el mismo sujeto contestó en las diferentes etapas de la aplicación de los cuestionarios.

Es importante señalar que la población fue de diferentes áreas, como: Dirección General, Dirección Adjunta Jurídica, Dirección Adjunta de Planeación y Desarrollo Comercial, Subdirección Comercial y Operación, Gerencia de Operación y Coordinación de Sucursales, Departamento de Coordinación de Sucursales, Departamento de Promoción, Departamento de Mercados Institucionales, Dirección Adjunta de Administración y Finanzas, Subdirección de Finanzas, Departamento de Tesorería, Departamento de Contabilidad, Departamento de Programación Financiera, Subdirección Administrativa, Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Recursos Materiales y Servicios, Departamento Médico, Gerencia de Sistemas y Procesos Informáticos, Departamento de Organización e Informática y Contraloría Interna.

Cada área tiene diferente número de empleados, ya que algunas tienen sólo dos, otras 5, 13, 28, 50, etc., en fin es muy variable, sin embargo, esto no tuvo que ver en la selección de a quienes se les aplicó el cuestionario, ya que la muestra fue aleatoria del personal en global y no por áreas.

Como podemos ver, en nuestra muestra participaron empleados de diferentes categorías, desde mensajeros, que es el puesto de nivel más bajo, hasta coordinadores, que podríamos decir que es el más alto en el ámbito operativo. Asimismo, nos encontramos con empleados de diversas edades (22-50 años), de distintos niveles de escolaridad y antigüedad en el puesto. Aunque en nuestras variables estos puntos no se consideran, en la conclusión se harán inferencias al respecto, ya que se cuenta con estos datos en el inventario de recursos humanos del personal.

3.2.3. - INSTRUMENTOS

Las técnicas de recolección de información fueron en total cuatro, las cuales se describirán ampliamente en este apartado, así como la manera de calificarlas y el análisis que se les realizó en forma breve. Estos instrumentos tienen como finalidad principal buscar la representación social de la población por medio de diferentes técnicas.

Debemos tomar en cuenta que se trata de una investigación de campo y por esta razón no es necesario confiabilizar y validar cada instrumento que mida la representación social, ya que sólo se pretende encontrarla mediante los diferentes métodos de recolección de información, pero es muy importante aclarar que todas las técnicas están hechas con fundamentos teóricos y características propias del grupo de estudio. A continuación se describirán cada una de las técnicas. En el apartado del Apéndice se encuentran los resultados generales y el formato original de cada instrumento.

En primer término se llevó a cabo la ENTREVISTA. Esta se aplicó a 15 sujetos, con una sola pregunta: ¿Qué crees, piensas, opinas, imaginas, supones que es el Trabajo? Las respuestas se grabaron y se realizó un análisis de contenido, en donde el objetivo general era, el de describir la idea global que tienen los entrevistados sobre el trabajo y cuál es su imagen de éste, el análisis se dividió en categorías e inferencias. Esta primera técnica tuvo como finalidad obtener una primera información de lo que para los sujetos era el trabajo y poder utilizarla para la realización de algún futuro instrumento o sólo como una referencia para verificar los demás resultados.

El segundo instrumento fue el CUESTIONARIO DE ASOCIACIÓN LIBRE DE PALABRAS, éste investiga la imagen y representación de un objeto (que en este caso es el trabajo), el test se encarga de separar al trabajo de la realidad objetiva y la enmarca en la realidad compartida por los miembros de un grupo social con una cierta estabilidad, es decir, que los sujetos dejan a un lado la información objetiva para dar paso a las creencias, los símbolos e imágenes que les corresponde debido a la influencia del medio cultural.

El cuestionario de asociación libre de palabras es uno de los tests más antiguos en el campo proyectivo y es utilizado tanto para estudios de psicología clínica, como para investigaciones de psicología social sobre todo para el tema de los estereotipos, puesto que hace surgir asociaciones referentes al objeto de estudio, finalmente este test nos sirve particularmente para identificar algunos de los componentes de la representación social (creencias, símbolos e imágenes) y también se utiliza como un "instrumento piloto" para la elaboración del siguiente instrumento.

El test consiste en escuchar la palabra "inductora" y se les pide a los sujetos que asocien libre y espontáneamente otra palabra o palabras (respuesta), también se les llama palabras inducidas, en este caso se les pidió que anotaran las 6 primeras palabras que se les ocurrieran con respecto al trabajo (el formato del test se encuentra en el Apéndice). En referencia al género, se aplicó este test a 20 mujeres y 20 hombres de la población seleccionada aleatoriamente para captar las diferencias que existen entre ellos.

Los análisis se efectuaron de la siguiente manera¹⁰: en primer lugar se ordenaron alfabéticamente todas las "palabras inducidas" dividiéndolas en hombres y mujeres, así como las frecuencias que tuvo cada una, después se reunieron las palabras que son sinónimas y se anotó su frecuencia, todo esto dividido en dos: hombres por un lado y mujeres por el otro, ya que las palabras utilizadas por cada género son diferentes, además de que uno de los objetivos es captar si existe diferencia entre hombres y mujeres.

Finalmente se ordenaron de mayor frecuencia a menor para así obtener las más representativas y las menos representativas. En cuanto a frecuencias se refiere, con este paso concluye el análisis de los datos del test.

Con los resultados obtenidos en el test de asociación de palabras, se construyó lo que sería el instrumento principal de la investigación, el CUESTIONARIO DE CATEGORIZACIÓN, este cuestionario tiene como objetivo encontrar cuáles con las palabras más representativas, según los sujetos, para el término trabajo, es decir, que cada palabra adquirirá un "valor" que va desde más representativa hasta menos representativa del trabajo, por lo tanto la escala de medición de este instrumento es ordinal, puesto que se tienen varias categorías y se mantiene entre éstas un orden de mayor a menor.

¹⁰ Bardin, L. El Análisis de Contenido "Análisis de resultados en un test de asociación de palabras".

En síntesis, las palabras son jerarquizadas. Ahora bien, de la lista de categorías extraídas del el cuestionario de asociación libre de palabras, se eligieron 15 palabras para cada género, de acuerdo a los criterios de la teoría y del investigador.

Las categorías escogidas para el género masculino fueron las siguientes:

ACTIVIDAD	DEDICACIÓN	PUNTUALIDAD
ESFUERZO	RESPONSABILIDAD	CONOCIMIENTO
DISPONIBILIDAD	EFICACIA	HONESTIDAD
HERRAMIENTAS	CAPACIDAD	ORGANIZACIÓN
SUPERACIÓN PERSONAL	CONVIVENCIA	SATISFACCIONES

Para el género femenino fueron las siguientes:

PUNTUALIDAD	SUPERACIÓN	RESPONSABILIDAD
DINERO	ORGANIZACIÓN	CALIDAD
CONFLICTOS	PRODUCTIVIDAD	HONRADEZ
VIDA	SATISFACCIONES	AMIGOS
EFICIENCIA	TAREA	INCENTIVOS

Estas palabras como aparecen en el formato final del instrumento fueron ordenadas aleatoriamente para que no hubiera cierta preferencia por alguna. Las indicaciones para contestar el cuestionario consistían en elegir 6 palabras de la lista de quince que fueran más representativas con relación al término del trabajo, después elegir, de esas 6, las tres más importantes de las representativas, posteriormente en la segunda etapa se realiza la misma indicación, sólo que eligiendo a las 6 menos representativas. De esta manera cada palabra adquiere un valor específico que nos ayudará para el análisis y la obtención de la información.

El análisis del cuestionario de categorización parte de la asignación de valores que les dio cada sujeto a las 15 palabras, las 3 palabras que no fueron elegidas ni como más ni como menos representativas, se les proporciona un valor neutro que en este caso es 0, a las 3 que se asignaron como representativas, se les da valor +1, a las otras 3 que fueron las más importantes como representativas valor +2, ahora, a la inversa las 3 menos representativas valor -1 y las 3 menos importantes de las menos representativas valor -2. De este modo se califican los cuestionarios y se procede al vaciado de datos en una matriz para cada género dentro de una tabla de 15 (de manera vertical) por 15 (de manera horizontal).

El procedimiento que sigue es realizar un diagrama de flujos, o asociación entre elementos o grafo valuado, que se obtiene con el porcentaje de cada celdilla ($f(x)/n$) en la que se intersectan las respuestas de los sujetos, se suman los puntos que indican las respuestas y se divide entre el número de la muestra. Realizado ya este paso se procede a sustraer los porcentajes más altos que presentan las celdillas y basándose en éstas se elaboran los árboles o diagramas de flujos. Para obtener las valencias se hace un conteo de cada valor que tienen las celdillas elegidas para los árboles y cliques, es decir, que se cuentan cuantos puntos tienen valor 0, +1, +2, -1 y -2., éstos se multiplican por su valor, después se suman las frecuencias y el resultado de las multiplicaciones, finalmente se dividen, y se obtiene la valencia final (En el Apéndice se muestran las matrices de porcentajes y la obtención de las valencias). De esta manera se forman los árboles como se presentan en los resultados. Este cuestionario fue aplicado a 35 sujetos del sexo masculino y 35 del sexo femenino.

El siguiente paso es verificar los resultados de los árboles, es decir que tan consistentes siguen siendo sus respuestas, si no han variado considerablemente ó si hay probabilidades que respondan en igual manera. Para lograr este objetivo se recurrió al CUESTIONARIO DE COMPARACIÓN DE PROPORCIONES, éste trata de una escala de medición del tipo de razón, la cual posee niveles de intervalo y un cero real o absoluto para la aplicación de operaciones aritméticas básicas y sus derivaciones, este cuestionario consiste en elegir 6 u 8 categorías (palabras) del instrumento de categorización ordenadas de manera aleatoria y se pide a los sujetos que indiquen la probabilidad de que cada palabra aparezca en el Trabajo con un nivel de porcentaje de cero a cien, obviamente la suma no tiene que dar 100%, por el contrario, cada individuo le da el porcentaje más adecuado según su punto de vista a cada categoría. En el cuestionario se utilizaron 8 palabras para cada género y fue aplicado a 60 mujeres y 60 hombres.

Las categorías del género masculino fueron las siguientes:

ESFUERZO	DEDICACIÓN
PUNTUALIDAD	CONOCIMIENTO
CAPACIDAD	CONVIVENCIA
EFICACIA	HERRAMIENTAS

Las categorías del género femenino fueron las siguientes:

VIDA	TAREA
EFICIENCIA	CONFLICTO
CALIDAD	RESPONSABILIDAD
AMIGOS	SATISFACCIONES

El motivo de elegir estas categorías es principalmente para verificar los resultados del instrumento principal, considerando la consistencia de sus respuestas de manera global, por lo tanto, para el análisis de este cuestionario se realizó una Diferencia de Proporciones¹¹, teniendo como hipótesis nula principal que las proporciones entre el grupo de mujeres divididas aleatoriamente en dos subgrupos son iguales y la otra hipótesis nula es que el grupo de hombres divididos igualmente en dos subgrupos aleatoriamente, tienen proporciones iguales. El procedimiento para el análisis estadístico es el que sigue: En primer término se "folian" todos los cuestionarios de cada género, que suman 60 por género, después se separan aleatoriamente 30 cuestionarios, los cuales serán parte del primer grupo y los que restan del 2o. grupo de mujeres y lo mismo se hace con los 60 de los hombres. Posteriormente, se hace el vaciado de datos en una sábana y se realizan los siguientes pasos:

1.- Se obtiene la media de cada término o categoría y de cada variable independiente que en este caso es Grupo 1 y Grupo 2. El resultado o media del primer grupo se le llama P1 y al segundo P2 (A los resultados finales de las medias de los términos, es necesario recorrer dos puntos decimales a la izquierda con el fin de evitar problemas cuando se usan las tablas de la curva normal).

2.- Se obtiene el valor de \hat{P} para cada término:

$$\hat{P} = \frac{N1(P1) + N2(P2)}{N1 + N2}$$

Donde:

P1 = Valor de la media del 1er. Grupo y término correspondiente.

N1= Total de sujetos del Grupo 1 = 30

P2 = Valor de la media del 2o. Grupo y término correspondiente.

N2 = Total de sujetos del Grupo 2 = 30

¹¹ Blalockh, "Estadística social", F.C.E., Pág. 240

3.- Se obtiene el valor \hat{q}

$$\hat{q} = 1 - \hat{P}$$

4.- Se obtiene σ de cada término:

$$\sigma = \sqrt{P'q' \frac{N1+N2}{N1(N2)}}$$

5.- Se obtiene el valor de Z para cada término o categoría con la siguiente fórmula:

$$Z = \frac{P1 - P2}{\sigma}$$

Finalmente el resultado de esta fórmula se busca en la Tabla de la Curva Normal*.

* En algunas tablas de la normal es necesario restar: 0.5 menos la cantidad que se obtuvo en la tabla y después se multiplica por dos, esto es debido a que en algunas el valor se considera tomando en cuenta la totalidad de la curva. Cuando en la tabla sólo se toma en cuenta una mitad, no es necesario esta operación.

3.2.4.- PROCEDIMIENTO.

En el presente apartado se explicará brevemente la forma en que se realizó la investigación, cómo fueron elegidos los sujetos, el tiempo en que se contestaron los cuestionarios y las instrucciones para obtener la información, de manera cronológica.

La investigación tuvo lugar en las instalaciones de las oficinas del Patronato del Ahorro Nacional, ubicadas en Ave. Reforma No. 77, Col. Revolución. En un primer momento para la aplicación de la primera técnica de recolección de información, la entrevista, se les preguntó a los empleados que fueron seleccionados aleatoriamente, si podían contestar una pregunta para realizar una investigación de psicología social y las respuestas que se fueron obteniendo de cada uno de los sujetos entrevistados se fue anotando en una libreta. En esta etapa contestaron 7 mujeres y 8 hombres.

Es importante señalar que para la selección aleatoria de los sujetos, se obtuvo la plantilla del personal activo que trabaja en las Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional, y sobre la base de su número de expediente y adscripción, se localizaron para así aplicar a los seleccionados cada uno de los instrumentos a contestar.

Cabe señalar que la mayoría de los empleados accedió amablemente a contestar los cuestionarios, en algunas ocasiones se les llamó primero por teléfono, se concertó la cita, horario y día en que se les podía aplicar el cuestionario. A todos se les aclaró que esta información era confidencial, que se trataba de un estudio de opinión que se estaba realizando para una investigación de la Universidad y que no tenía fines de perjudicar a nadie en el ámbito laboral.

De los sujetos que fueron seleccionados aleatoriamente y que en ese momento se encontraban ya sea de vacaciones o de incapacidad, se seleccionó a otro sujeto. Cabe aclarar que no se solicitó su escolaridad y antigüedad de laborar en este Organismo, sin embargo, se considerarán estos puntos en las conclusiones al final.

Para la contestación del segundo "Test", el de Asociación Libre de Palabras, las instrucciones fueron las siguientes: Se les pidió que por favor anotaran en el cuestionario que se les entregaba, las 6 primeras palabras que se les ocurrieran con respecto al trabajo. Ya habiendo contestado, entregaron el cuestionario. Para el cuestionario de Categorización, se les pidió que leyeran la lista de palabras que se presentaban y que eligieran las 6 más representativas para él, así mismo, de estas seis elegidas, escoger las 3 más importantes. De igual modo, se les pidió eligieran las 6 palabras menos representativas en relación con el término de Trabajo, para después elegir las 3 menos importantes.

En el cuarto cuestionario, Comparación de Proporciones, se les pidió a los sujetos que calificaran la probabilidad de que aparecieran cada una de las categorías que se les presentaba en el tema del Trabajo, que usaran una escala de 0 - 100%, y que no era necesario que la suma de las calificaciones se igualara a 100.

El espacio temporal de la recolección de información de los tests para esta investigación, abarca aproximadamente desde el 31 de abril al 22 de agosto de 1997.

3.2.5.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Se trata de una investigación de campo, ya que sólo interesa observar y describir el fenómeno de la Representación Social en su contexto natural, para después analizar los datos, ya que los individuos antes de esta investigación ya poseen una noción, una creencia, un conocimiento y posiblemente una representación del trabajo y el objetivo de este estudio es sólo encontrarla, a este tipo de investigación también se le llama ex post-facto, ésta se refiere a que las variables no influyen significativamente en la conducta y pensamiento de los sujetos, éstos sólo son observados en su realidad.

Además no se "construye" ninguna situación que influya en los sujetos o que las variables influyan en éstos, por el contrario, en la investigación experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas por que ya sucedieron al igual que sus efectos¹². Esto es que los empleados ya son empleados desde antes de la investigación, ya pertenecen a ese organismo y los instrumentos sólo son un medio para tratar de conocer la Variable Dependiente (la Representación Social) que ya puede existir anteriormente.

El diseño es el transeccional descriptivo, puesto que sólo se observará y describirá a la población en un determinado momento.

¹² Sampieri y Collado. Metodología de la Investigación.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y CONCLUSIONES

4.1.- ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado se presentarán los resultados obtenidos en cada uno de los instrumentos aplicados en la realización de esta investigación.

4.1.1.- ANALISIS DEL CONTENIDO DE LAS ENTREVISTAS.

De las 15 Entrevistas aplicadas a 15 sujetos, 8 del sexo masculino y 7 del sexo femenino, sólo se pretendió tener un primer acercamiento a la información que se quería, en este caso medir la opinión acerca del Trabajo, para así tener una referencia al respecto y conocer si este tema era apropiado para realizar la investigación, con los resultados obtenidos, se realizó un análisis de contenido en el que se describe la idea general que tienen los sujetos.

A continuación se describirá de manera global la información recabada del total de las entrevistas:

Categorías	Frecuencias	Categorías	Frecuencias	Categorías	Frecuencias
Actividad	3	Economía	3	Motivación	2
Algo que debe existir	1	Equipo	3	Necesidad	1
Amigos	1	Es un medio para subsistir	1	Objetivos	1
Armonía	1	Estados Mentales	1	Presentación	1
Bien	1	Función a desempeñar	1	Puntualidad	1
Cansancio	1	Función para relacionarse más con las personas	1	Quiero conservar mi trabajo	1
Capacidad	4	Gusto	1	Realización	3
Capacitación	3	Hace falta	1	Resolver problemas	1
Convivencia	2	Honradez	3	Responsabilidad	2
Creatividad	2	Horario	1	Segundo Hogar	1
Chismes	1	Importancia	1	Seguridad	1
Desarrollo	2	Ingresos	1	Stress	1
Dinero	2	Labor	1	Tarea	1
Disciplina	2	Limpieza	1	Tenacidad	2
Distracción	1	Mal	1	Tensión	3
		Matrimonio	1		

Inferencia:

En general, la mayoría de los entrevistados tienen ideas muy claras y bien definidas con respecto al Trabajo, podemos ver que algunos de estos sujetos hicieron más énfasis en la capacidad, realización, capacitación, honradez, equipo, tensión, equipo, desarrollo, actividad, convivencia, economía, motivación, disciplina, horario, etc. y estos términos tienen mucho que ver con la actividad del trabajo, ya que para el desempeño de un trabajo es necesario contar con ciertas aptitudes y conocimientos; se requiere de una capacitación constante en el centro laboral para el mejor desempeño, esto sería como un motivante para mejorar y desarrollarse en el puesto; se debe cumplir con determinado horario, así como contar con las herramientas necesarias para la realización de las actividades asignadas.

Un punto también importante que se destaca en estas entrevistas es el de la honradez, y éste se debe a que la población pertenece a una Institución de Ahorro. Y otro punto también importante es el que para los sujetos de esta población es relevante relacionarse con los demás, convivir y hacer amigos.

Podemos concluir que la imagen que tienen estos sujetos respecto al trabajo, está compuesta por la información que se ha detallado anteriormente, haciéndola podríamos decir una imagen completa, eficiente y con puntos positivos en su mayoría y algunos negativos.

Dado lo anterior, se puede mencionar que el tema del "Trabajo", es objeto de estudio de la representación social, ahora sólo restaría analizarla y ver las diferencias que existen entre hombres y mujeres.

4.1.2.- CUESTIONARIO DE ASOCIACIÓN LIBRE DE PALABRAS.

Se aplicó a 20 sujetos del sexo masculino y 20 del sexo femenino. A estas respuestas se les realizó el análisis de sinonimia, es decir, se elabora una lista de palabras obtenidas en general, posteriormente las categorías que quedaron aisladas se agruparon con otras que predominaron en resultado, de acuerdo a su significado, determinando su frecuencia de aparición, esto se presenta en orden alfabético. Ejemplo: se obtuvieron las categorías:

CATEGORIA	FRECUENCIA
Puntualidad	7
Horario	1
Disciplina	1
Lunes	1

Es decir, 7 sujetos contestaron esta palabra.

La palabra que predomina es la de puntualidad, ya que tiene una frecuencia de 7, como los demás términos tienen semejanza o cierta afinidad con la palabra puntualidad, dichos términos se agrupan con ésta, de acuerdo al análisis de sinonimia, quedando la categoría de Puntualidad con frecuencia de aparición de 10.

Después se presenta el detalle de las categorías con sus frecuencias en orden decreciente, pero sólo de los términos que obtuvieron el mayor puntaje, y de los que en su mayoría se tomaron en cuenta para realizar el Cuestionario de Categorización.

TRABAJO

CATEGORÍA DEL GÉNERO MASCULINO	FRECUENCIA DE APARICIÓN	CATEGORÍA DEL GÉNERO MASCULINO	FRECUENCIA DE APARICIÓN
ACTIVIDAD	5	ALEGRÍA	1
AMBIENTE	1	AMOR A LO DESEMPEÑADO	2
ARMONÍA	1	BIEN	1
CANSADO	1	CAPACIDAD	2
CONFLICTOS	1	CONOCIMIENTO	4
CONVIVENCIA	9	DEDICACIÓN	1
DINERO	1	DISPONIBILIDAD	3
ECONOMÍA	1	EFICACIA	2
ESFUERZO	3	FASTIDIO	1
HERRAMIENTAS	5	HONESTIDAD	4
MAL REMUNERADO	2	ORGANIZACIÓN	4
PRESTACIONES	1	PUNTUALIDAD	10
RESPONSABILIDAD	4	SATISFACCIONES	5
SUELDO	1	SUPERACIÓN PERSONAL	3

Análisis de Sinonimia con Frecuencia en Orden Decreciente:

Género Masculino

PUNTUALIDAD	10	▣▣▣▣▣▣▣▣▣▣▣▣
CONVIVENCIA	9	▣▣▣▣▣▣▣▣▣▣
SATISFACCIONES	5	▣▣▣▣▣
ACTIVIDAD	5	▣▣▣▣▣
HERRAMIENTAS	5	▣▣▣▣▣
ORGANIZACIÓN	4	▣▣▣▣
RESPONSABILIDAD	4	▣▣▣▣
CONOCIMIENTO	4	▣▣▣▣
HONESTIDAD	4	▣▣▣▣
SUPERACIÓN PERSONAL	3	▣▣▣
ESFUERZO	3	▣▣▣
DISPONIBILIDAD	3	▣▣▣
EFICACIA	2	▣▣
MAL REMUNERADO	2	▣▣
AMOR A LO DESEMPEÑADO	2	▣▣

TRABAJO

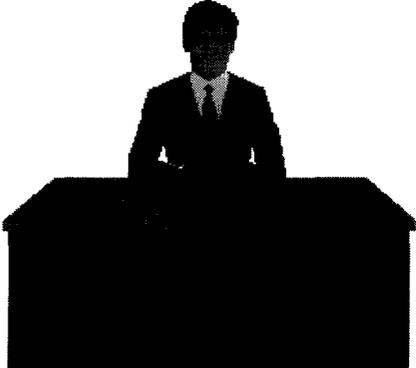
CATEGORÍA DEL GÉNERO FEMENINO	FRECUENCIA DE APARICIÓN	CATEGORÍA DEL GÉNERO FEMENINO	FRECUENCIA DE APARICIÓN
A LAS PERSONAS DESEMPLEADAS DEBERÍAN DARLE TRABAJO	1	HONRADEZ	4
AMIGOS	4	IMPORTANCIA	1
CALIDAD	3	INCENTIVOS	2
CONFLICTOS	4	INGRESOS	1
CONOCIMIENTO	2	MOTIVACIÓN	1
DECISIÓN	1	NECESIDAD	2
DESEMPEÑO	1	ORGANIZACIÓN	7
DESTREZA	1	PLANES	1
DINERO	3	PRODUCTIVIDAD	3
DISCIPLINA	2	PROFESIONALISMO	1
DISTRACCIÓN	1	PUNTUALIDAD	6
EFICIENCIA	3	REALIZACIÓN	1
EL TRABAJO EN EL CAMPO ES PESADO	1	RESPONSABILIDAD	3
EQUIPO	1	SATISFACCIONES	6
ESFUERZO	1	TAREA	3
FAMILIA	3	VIDA	2
HABILIDAD	1		

Análisis de Sinonimia con Frecuencia en Orden Decreciente:

Género Femenino

ORGANIZACIÓN	7	□□□□□□□
PUNTUALIDAD	6	□□□□□□
SATISFACCIONES	6	□□□□□□
AMIGOS	4	□□□□
CONFLICTOS	4	□□□□
HONRADEZ	4	□□□□
CALIDAD	3	□□□
DINERO	3	□□□
EFICIENCIA	3	□□□
FAMILIA	3	□□□
PRODUCTIVIDAD	3	□□□
RESPONSABILIDAD	3	□□□
TAREA	3	□□
AMOR A LO DESEMPEÑADO	2	□□
CONOCIMIENTO	2	□□
DISCIPLINA	2	□□
INCENTIVOS	2	□□
NECESIDAD	2	□□
VIDA	2	□□

El formato original del Cuestionario de Asociación Libre de Palabras es el siguiente:

<p style="text-align: center;">U.A.M. UNIDAD IZTAPALAPA ESTUDIO DE OPINIÓN TRABAJO</p> <p style="text-align: center;">ESCRIBE LAS 6 PRIMERAS PALABRAS QUE SE TE OCURRAN CON RELACIÓN A ESTE TÉRMINO.</p> <div style="text-align: center;"></div> <p>SEXO: MASCULINO (<input type="checkbox"/>) FEMENINO (<input type="checkbox"/>)</p>

4.1.3.- CUESTIONARIO DE CATEGORIZACIÓN

De las categorías obtenidas con mayor puntaje en el Cuestionario de Asociación Libre de Palabras, se seleccionaron 15 palabras para el género masculino y 15 para el femenino, las cuales se ordenaron aleatoriamente, para proceder a la elaboración de los Cuestionarios de Categorización.

Los formatos originales de los cuestionarios son los siguientes:

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - I
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
ESTUDIO DE OPINION



Nota: Al elegir una palabra,
 subráyala en la lista

TRABAJO



INSTRUCCIONES. A continuación se presenta una lista de palabras encontradas en investigaciones anteriores, que son representativas para el término TRABAJO. Ahora te pedimos que leas con detenimiento la lista y sigas las indicaciones de cada sección.

- | | | |
|----------------------|---------------------|---------------------------|
| 1. - ACTIVIDAD | 6. - CONOCIMIENTO | 11. - CAPACIDAD |
| 2. - DEDICACIÓN | 7. - DISPONIBILIDAD | 12. - ORGANIZACIÓN |
| 3. - PUNTUALIDAD | 8. - EFICACIA | 13. - SUPERACIÓN PERSONAL |
| 4. - ESFUERZO | 9. - HONESTIDAD | 14. - CONVIVENCIA |
| 5. - RESPONSABILIDAD | 10. - HERRAMIENTAS | 15. - SATISFACCIONES |

1. - Elegir 6 palabras de la lista de 15, las que para ti son **MÁS (+) REPRESENTATIVAS** con relación al término TRABAJO. (Anótalas en los cuadros siguientes junto con su número en la lista).

(+)

2. -De estas 6 palabras que escogiste, elige las **3 MÁS (++) IMPORTANTES** con relación al término TRABAJO.

(+ +)

--	--	--	--	--	--

3. -Ahora vuelve a la lista de 15 palabras y sin repetir las seis palabras ya seleccionadas, elige otras 6 **MENOS (-) REPRESENTATIVAS** con relación al termino trabajo. (Recuerda subrayarlas y anotarlas en los cuadros siguientes con su número de la lista)

(-)

4. -Por último de estas 6 palabras que acabas de seleccionar, elige las **3 MENOS (--)IMPORTANTES**.

(- -)

--	--	--	--	--	--

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - I
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
ESTUDIO DE OPINION**



Nota: Al elegir una palabra,
subráyala en la lista



TRABAJO

INSTRUCCIONES. A continuación se presenta una lista de palabras encontradas en investigaciones anteriores, que son representativas para el término TRABAJO. Ahora te pedimos que leas con detenimiento la lista y sigas las indicaciones de cada sección.

- | | | |
|---------------------|-------------------|---------------------|
| 1.- PUNTUALIDAD | 6.- CALIDAD | 11.- SATISFACCIONES |
| 2.- DEDICACIÓN | 7.- CONFLICTOS | 12.- AMIGOS |
| 3.- RESPONSABILIDAD | 8.- PRODUCTIVIDAD | 13.- EFICIENCIA |
| 4.- DINERO | 9.- HONRADEZ | 14.- TAREA |
| 5.- ORGANIZACIÓN | 10.- VIDA | 15.- INCENTIVOS |

1. - Elegir 6 palabras de la lista de 15, las que para ti son **MÁS (+) REPRESENTATIVAS** con relación al término TRABAJO. (Anótalas en los cuadros siguientes junto con su número en la lista).

(+)

2. -De estas 6 palabras que escogiste, elige las **3 MÁS (++) IMPORTANTES** con relación al término TRABAJO.

(+ +)

--	--	--	--	--	--

3. -Ahora vuelve a la lista de 15 palabras y sin repetir las seis palabras ya seleccionadas, elige otras 6 **MENOS (-) REPRESENTATIVAS** con relación al termino trabajo. (Recuerda subrayarlas y anotarlas en los cuadros siguientes con su número de la lista)

(-)

4. -Por último de estas 6 palabras que acabas de seleccionar, elige las **3 MENOS (--) IMPORTANTES.**

(- -)

--	--	--	--	--	--

Para el vaciado de los resultados obtenidos en estos cuestionarios, se realizaron varios formatos y un extenso análisis con el propósito de otorgar la mayor información posible en el procedimiento.

Habiendo ya vaciado la información en los formatos, se procedió a la realización de los diagramas de flujo, cliqués y árboles, donde se tienen los términos más representativos, con sus respectivas valencias.

Para la elaboración de estos árboles y cliqués, se tomó como base la Teoría de los grafos en las ciencias sociales, en específico el análisis de similitud, que a través de su procedimiento nos permite reconocer cuáles son las relaciones más interesantes entre los indicadores encontrados y producir así una organización del conjunto de ellos a partir de la cual se puede ejercer la reflexión teórica.

A continuación se detalla el orden de aparición de los árboles y cliqués:

1.- Árbol Máximo del Trabajo del Sexo Masculino.

Tabla de Asociación 1.- En esta tabla tenemos como indicador relevante, la eficacia, ya que es el ítem que tiene más conexiones con otros.

Tabla de Asociación 2.- Se tomó como indicador el conocimiento.

2.- Cliqué del Trabajo del Sexo Masculino.

3.- Árbol Máximo del Trabajo del Sexo Femenino.

Tabla de Asociación en donde vemos que predomina la superación.

4^a.- Cliqué del Trabajo del Sexo Femenino. En este cliqué se presentan los indicadores “positivos” de la información obtenida. La triangulación eficiencia-responsabilidad-calidad que se tiene es relevante para la inferencia de resultados.

4b.- Cliqué del Trabajo del Sexo Femenino. En este cliqué se presentan los indicadores “negativos” de la información obtenida. Tenemos dos triangulaciones, conflictos-tarea-amigos y conflictos-amigos-vida.

En las siguientes páginas se presentan los árboles y cliqués elaborados, con sus respectivas tablas, empezando con los sujetos del sexo masculino y posteriormente con el sexo femenino.

1

ÁRBOL MÁXIMO TRABAJO

Valor : 3.79
 Corte : 0.22
 Sexo : Masculino
 N : 35

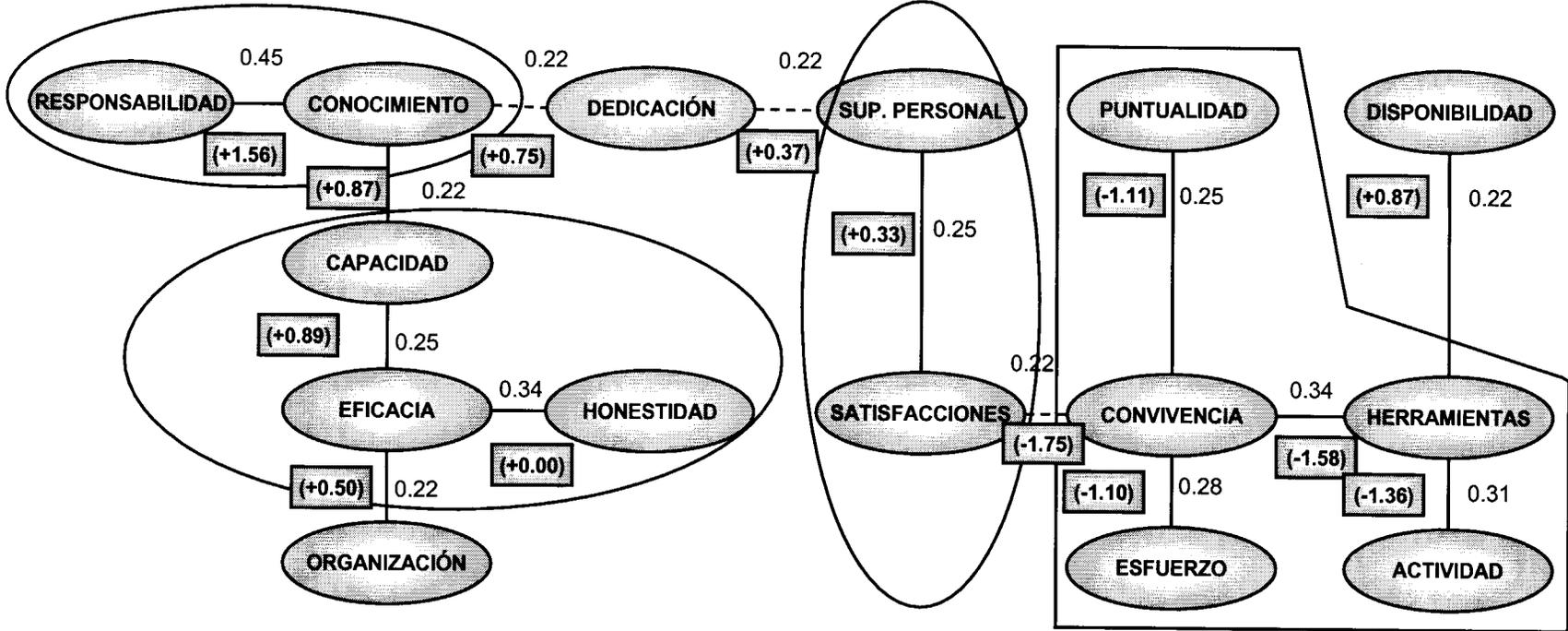


TABLA DE ASOCIACIÓN 1

PAR ASOCIADO	%	VALENCIA
Eficacia - Capacidad	25	(+0.89)
Eficacia - Organización	22	(+0.50)
Eficacia - Honestidad	34	(+0.00)

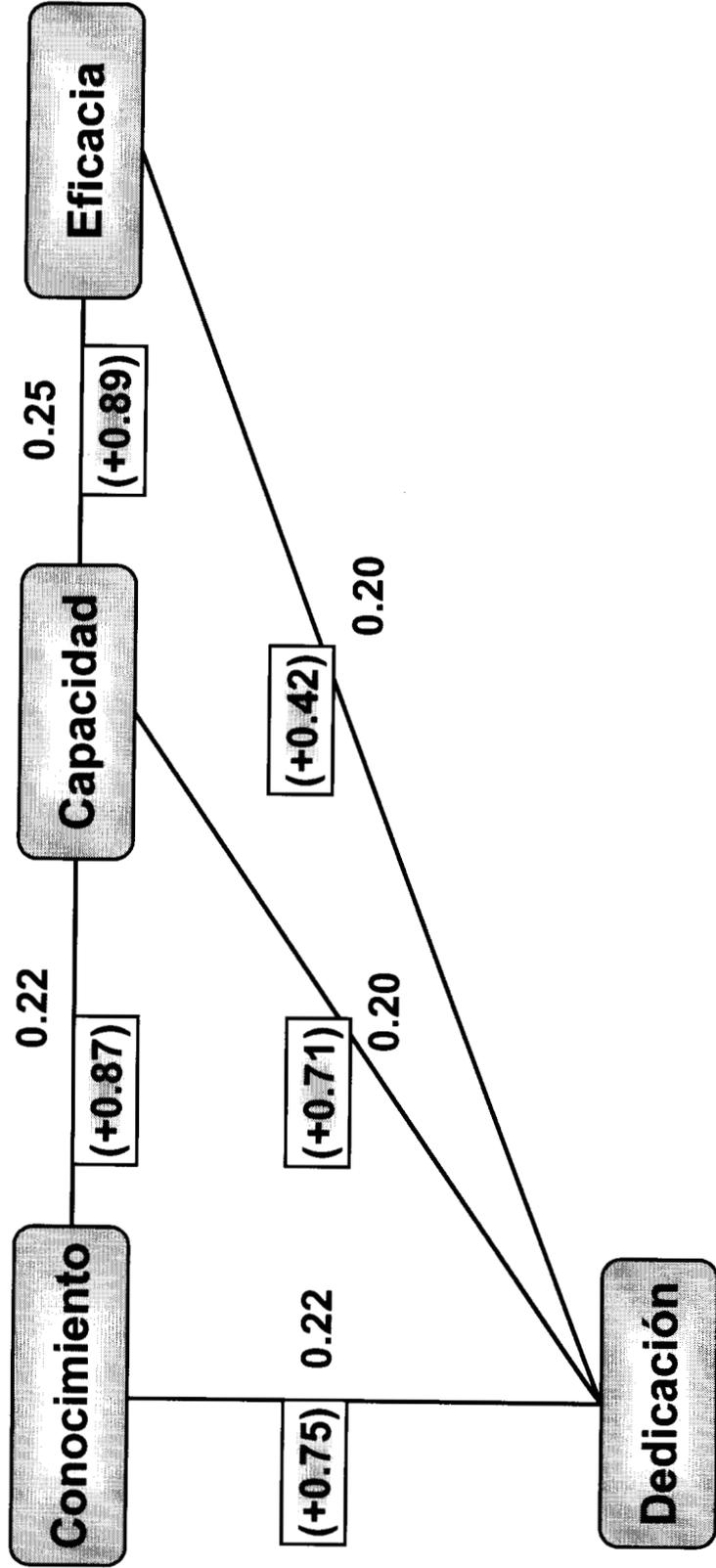
TABLA DE ASOCIACIÓN 2

PAR ASOCIADO	%	VALENCIA
Conocimiento - Responsabilidad	45	(+1.56)
Conocimiento - Capacidad	22	(+0.87)
Conocimiento - Dedicación	34	(+0.75)

2

CLIQUEÉ TRABAJO

Corte : 0.17
Sexo : Masculino



3

ÁRBOL MÁXIMO TRABAJO

Valor : 4.20
 Corte : 0.22
 Sexo : Femenino
 N : 35

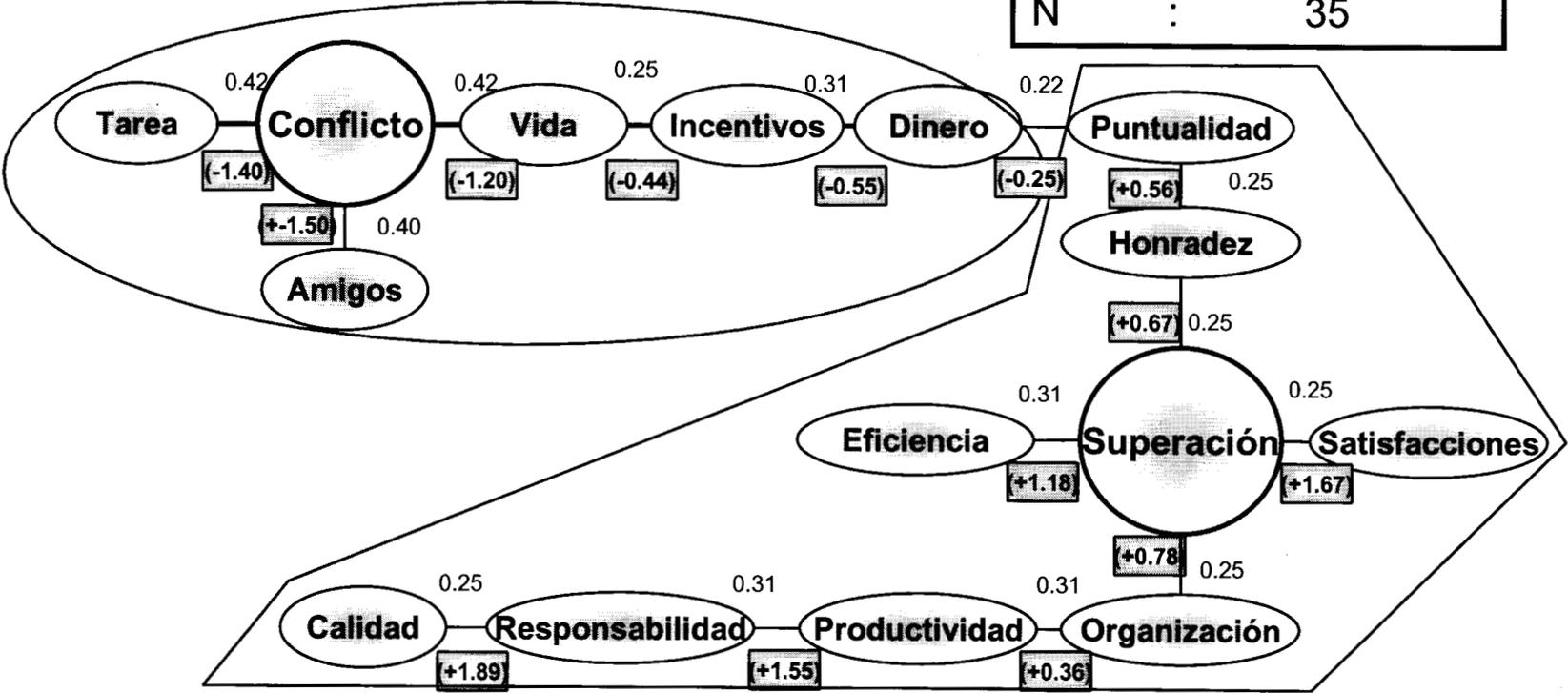


TABLA DE ASOCIACIÓN ÁRBOL

PAR ASOCIADO	%	VALENCIA
Superación - Satisfacciones	25	(+1.67)
Superación - Eficiencia	31	(+1.18)
Superación - Organización	25	(+0.78)
Superación - Honradez	25	(+0.67)

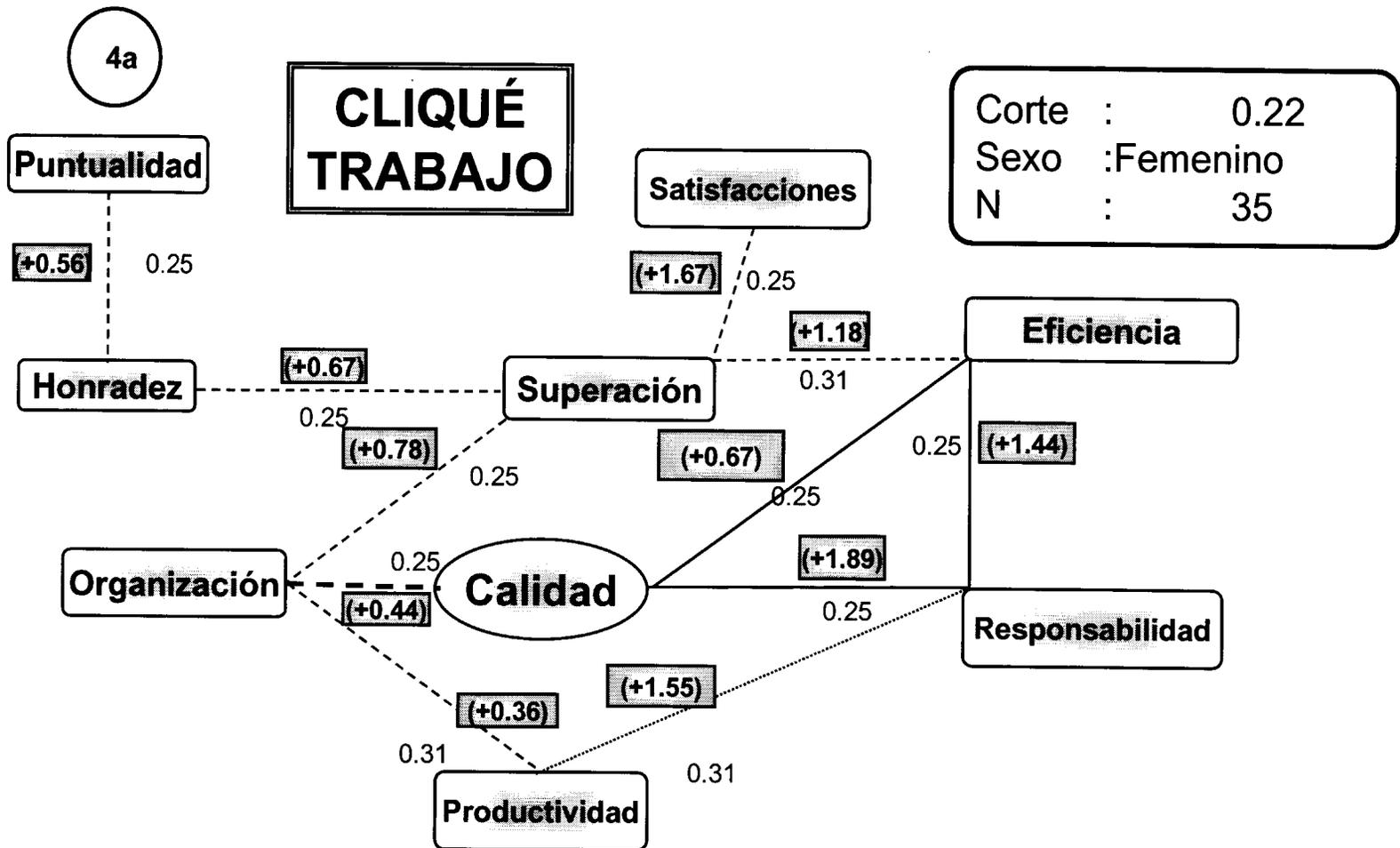


TABLA DE ASOCIACIÓN CLÍQUE

PAR ASOCIADO	%	VALENCIA
Calidad - Responsabilidad	25	(+1.89)
Eficiencia - Responsabilidad	25	(+1.44)
Calidad - Eficiencia	25	(+0.67)

4b

CLIQUE TRABAJO

Corte : 0.22
 Sexo : Femenino
 N : 35

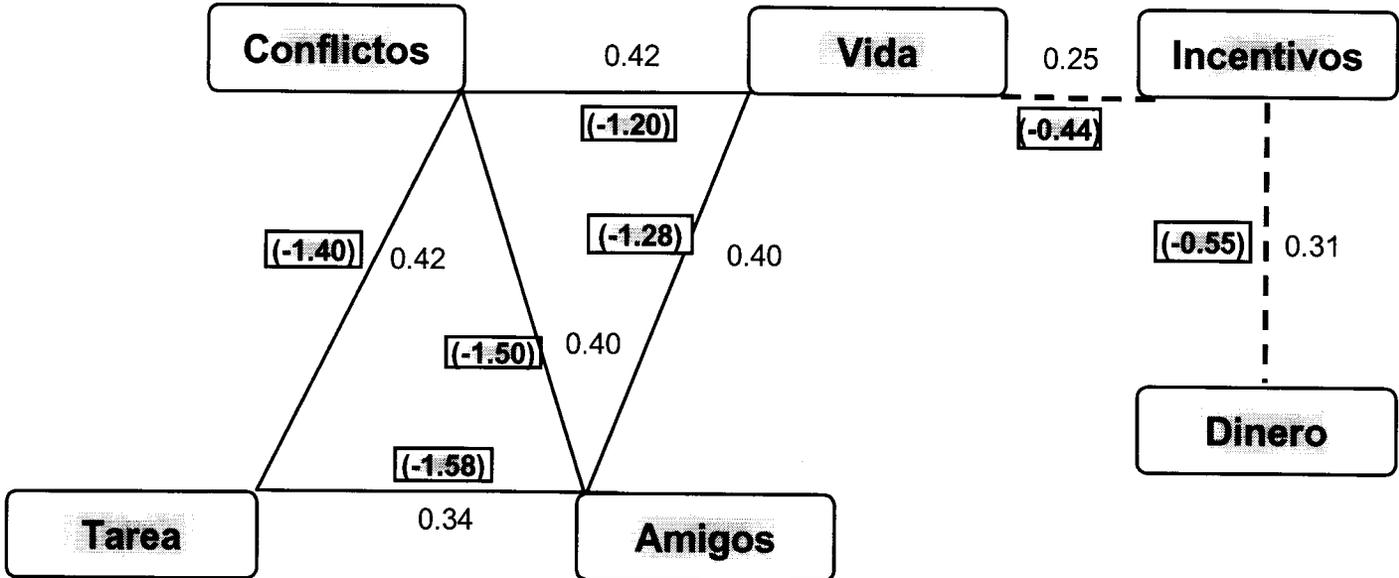


TABLA DE ASOCIACIÓN CLÍQUE

PAR ASOCIADO	%	VALENCIA
Conflictos - Vida	42	(-1.20)
Vida - Amigos	40	(-1.28)
Conflictos - Amigos	40	(-1.50)
Tarea - Conflictos	42	(-1.40)
Tarea - Amigos	34	(-1.58)

4.1.4.- CUESTIONARIO DE COMPARACIÓN DE PROPORCIONES.

De las categorías obtenidas con un puntaje considerable en el Cuestionario de Categorización, se seleccionaron 8 palabras para el género masculino y otras 8 palabras para el femenino, las cuales se ordenaron aleatoriamente, para proceder a la elaboración del Cuestionario de Comparación de Proporciones.

Los formatos originales de los cuestionarios son los siguientes:

	UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - I																								
	DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA																								
	ESTUDIO DE OPINION																								
A continuación podrás leer una lista de categorías asociadas al término TRABAJO, las cuales hemos encontrado en investigaciones anteriores. Ahora te pedimos que califiques la probabilidad de que aparezca cada categoría en el tema de TRABAJO. Usa una escala de 0 – 100 %																									
(NOTA: no es necesario que la suma de las calificaciones se iguale a 100).																									
Ejemplo:	<table border="1"><tr><td>HORARIO</td><td>90</td><td>%</td></tr></table>	HORARIO	90	%																					
HORARIO	90	%																							
<table border="1"><tr><td>ESFUERZO</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>DEDICACION</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>PUNTUALIDAD</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>CONOCIMIENTO</td><td></td><td>%</td></tr></table>	ESFUERZO		%	DEDICACION		%	PUNTUALIDAD		%	CONOCIMIENTO		%	<table border="1"><tr><td>CAPACIDAD</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>CONVIVENCIA</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>EFICACIA</td><td></td><td>%</td></tr><tr><td>HERRAMIENTAS</td><td></td><td>%</td></tr></table>	CAPACIDAD		%	CONVIVENCIA		%	EFICACIA		%	HERRAMIENTAS		%
ESFUERZO		%																							
DEDICACION		%																							
PUNTUALIDAD		%																							
CONOCIMIENTO		%																							
CAPACIDAD		%																							
CONVIVENCIA		%																							
EFICACIA		%																							
HERRAMIENTAS		%																							



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - I
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

ESTUDIO DE OPINION

A continuación podrás leer una lista de categorías asociadas al término TRABAJO, las cuales hemos encontrado en investigaciones anteriores. Ahora te pedimos que califiques la probabilidad de que aparezca cada categoría en el tema de TRABAJO. Usa una escala de 0 – 100 %

(NOTA: no es necesario que la suma de las calificaciones se iguale a 100).

Ejemplo:

HORARIO	90	%
---------	----	---

VIDA		%
TAREA		%
EFICIENCIA		%
CONFLICTO		%

CALIDAD		%
RESPONSABILIDAD		%
AMIGOS		%
SATISFACCIONES		%

Para contestar este cuestionario, los sujetos calificaron la probabilidad de que apareciera cada término en el tema del TRABAJO. Usaron una escala de 0 - 100% sin ser necesario que la suma de las calificaciones resultara 100.

Los resultados que se obtuvieron se vaciaron en varias sábanas para obtener la media de cada uno de los términos. Es importante recordar que este cuestionario fue aplicado a 120 sujetos, 60 del sexo masculino y 60 del sexo femenino, y a su vez éstos 60 de cada género se dividieron en dos subgrupos, de 30 cada uno. En el apéndice se presentan las sábanas en las que se vaciaron dichos resultados obtenidos por cada subgrupo, así como su análisis estadístico.

4.2.- CONCLUSIONES

Lo que se observa en los resultados obtenidos de esta investigación, es que los hombres que laboran en las oficinas centrales del Patronato del Ahorro Nacional, poseen una imagen desestructurada con respecto al Trabajo, ya que en el Árbol Máximo que se obtuvo (Ver Árbol Máximo No. 1), se detectan varias islas, lo que denota ambigüedad, inestabilidad en la imagen y en las creencias concernientes al trabajo. A diferencia de éstos, las mujeres que laboran en este Organismo, poseen una estructura más clara y mayor integración en los conceptos y creencias respecto al trabajo (Ver Árbol Máximo No. 3) Vemos que en este árbol destacan la superación, la eficiencia, satisfacciones y honradez, esto de alguna manera cae o se relaciona con la subjetividad, en lo interpersonal.

Esto hace suponer que la manera de las mujeres de ver el trabajo es más idealista y esto se puede deber a que en la mayoría de los casos de las mujeres que trabajan en el organismo, lo hacen por superación y satisfacción propia, ya que esta actividad la realizan como complemento del gasto familiar, a diferencia de los hombres, que por lo general, éstos son el sostén de la familia, por lo que el trabajo para ellos, sólo se refiere al trabajo como objeto productivo, pues las categorías que este grupo manejó fueron la eficacia, que está conectada a la productividad, así como la capacidad, organización, las herramientas, el esfuerzo y la puntualidad, haciendo de lado lo subjetivo, que son las satisfacciones, la superación personal y la convivencia. Aquí resaltan los desacuerdos que existen entre hombres y mujeres, y se puede suponer que los hombres son más realistas en la concepción del trabajo, ya que en el ámbito laboral lo que le interesa a una empresa es ser productiva y no se inclina por los intereses personales de sus trabajadores.

De lo anterior, podemos concluir que no necesariamente se debe contar con la cualidad de ser eficiente para obtener ascensos o ser reconocido en el trabajo, pues desde que existen los tan bien famosos “compadrazgos ó “grupo de trabajo”, ésa cualidad deja de ser relevante, y esto lo podemos constatar en los resultados obtenidos en el cuestionario de comparación de proporciones, pues no existe consenso en la opinión por parte de las mujeres.

Pero, y ¿Porqué los hombres son más incrédulos que las mujeres? Se puede suponer que esto se debe a que el hombre, dígase por educación, cultura o naturaleza, es evasivo, en cambio la mujer no evade, ella integra, “enfrenta” y asume compromisos. Esto es retomado del pensamiento de Roger Bartra¹³, en el que menciona que el mexicano es evasivo, agresivo y resentido. Dado este pensamiento, se puede deducir que las mujeres asumen el compromiso del trabajo, por la imagen bien estructurada que proyectan al respecto de éste en sus respuestas. Ahora bien, aunado a esto, se considera importante haber incluido como variable independiente la escolaridad y puesto, ya que se pudo haber detectado si a menor o mayor grado de estudios y si de acuerdo al nivel del puesto, existía una menor o mayor estructura de las imágenes concernientes al Trabajo. Este punto se tomará en cuenta en futuras investigaciones que realice, así como también sería importante incluir los reactivos de organización y calidad en el cuestionario de comparación de proporciones porque al parecer de los grupos estudiados, se está en busca de estos valores.

Derivado de lo anterior, se plantean estas nuevas hipótesis:

H1= Las mujeres quizás tienen una imagen respecto al trabajo, asociada al desarrollo del talento en las aptitudes.

H2= Los hombres se inclinan por la aptitud al reclamar y buscar la eficacia; y esto aunado a que en los resultados obtenidos del cuestionario de comparación de proporciones (Ver Tabla 1 en el Apéndice), las mujeres presentan cierta ambigüedad en sus respuestas, aunque reflejan ser más prácticas y buscan el talento y la competencia, y los hombres, a pesar de su pragmatismo, están muy de acuerdo en sus respuestas, pues coinciden y muestra una ardua búsqueda de habilidades para alcanzar la eficiencia, se inclinan por el vigor y la certeza en el trabajo, pues si observamos la probabilidad de los ítems, cuando aumenta la probabilidad de cada uno, aumenta la coincidencia.

¹³ Bartra, Roger. La jaula de la melancolía, Identidad y Metamorfosis del mexicano.

Esto indica que para la realización de los programas de capacitación de la empresa, es importante implantar programas que realmente adiestren las habilidades de sus empleados, y no sólo se concreten a “cumplir” con un programa de capacitación solicitado y regulado por la Comisión Nacional Bancaria (CNB) y la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo (SECODAM), así como crear mecanismos de identificación y sentimientos de pertenencia hacia la empresa para modificar las actitudes de sus empleados.

De acuerdo al planteamiento metodológico inicialmente elaborado, se concluye que en esta investigación, no se encontró una Representación Social del Trabajo en los empleados que laboran en las Oficinas Centrales del Patronato del Ahorro Nacional, esta representación está en proceso de formación. Y sí existen diferencias entre hombres y mujeres que trabajan en este organismo, en su opinión respecto al trabajo.

APENDICE

PRESENTACIÓN DE LOS FORMATOS UTILIZADOS PARA EL VACIADO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS.

I. CUESTIONARIO DE CATEGORIZACIÓN

Para la presentación de los resultados obtenidos en los cuestionarios, se realizó un extenso análisis, por lo que con el propósito de otorgar la mayor información posible en el procedimiento, se irá detallando en el siguiente orden:

- A) Las sábanas o matrices con sus frecuencias $f(x) / n$, en cada una de sus celdillas.
- B) Las operaciones para obtener las valencias correspondientes a las celdillas con frecuencias más altas extraídas de la matriz.

Los resultados obtenidos del sexo masculino son los siguientes:

A) MATRIZ EN FRECUENCIAS

$$\frac{F(X)}{N}$$

HOMBRES

1	1																	
2	0.140	2																
3	0.110	0.200	3															
4	0.110	0.057	0.110	4														
5	0.085	0.085	0.200	0.200	5													
6	0.110	0.220	0.170	0.170	0.450	6												
7	0.110	0.170	0.170	0.170	0.170	0.110	7											
8	0.110	0.200	0.140	0.140	0.028	0.028	0.085	8										
9	0.110	0.085	0.200	0.057	0.170	0.057	0.085	0.340	9									
10	0.310	0.085	0.110	0.085	0.110	0.085	0.220	0.085	0.028	10								
11	0.170	0.200	0.057	0.170	0.110	0.220	0.140	0.250	0.140	0.140	11							
12	0.140	0.110	0.085	0.200	0.110	0.110	0.110	0.220	0.140	0.200	0.140	12						
13	0.140	0.017	0.110	0.057	0.170	0.110	0.110	0.220	0.200	0.085	0.028	0.140	13					
14	0.220	0.057	0.250	0.280	0.000	0.085	0.170	0.028	0.110	0.340	0.000	0.085	0.110	14				
15	0.140	0.140	0.057	0.170	0.085	0.085	0.140	0.110	0.220	0.057	0.085	0.110	0.250	0.220	15			

MUJERES

1	1																	
2	0.110	2																
3	0.220	0.200	3															
4	0.110	0.140	0.170	4														
5	0.000	0.250	0.140	0.057	5													
6	0.170	0.140	0.250	0.085	0.250	6												
7	0.140	0.000	0.000	0.170	0.057	0.028	7											
8	0.080	0.170	0.310	0.057	0.310	0.140	0.028	8										
9	0.250	0.250	0.110	0.110	0.170	0.140	0.140	0.028	9									
10	0.028	0.057	0.085	0.057	0.028	0.085	0.420	0.057	0.140	10								
11	0.170	0.250	0.085	0.220	0.110	0.170	0.000	0.200	0.200	0.057	11							
12	0.085	0.000	0.057	0.085	0.085	0.057	0.400	0.057	0.110	0.400	0.110	12						
13	0.057	0.310	0.250	0.140	0.170	0.250	0.028	0.220	0.110	0.110	0.170	0.000	13					
14	0.170	0.028	0.000	0.140	0.057	0.057	0.420	0.085	0.057	0.220	0.085	0.340	0.085	14				
15	0.110	0.028	0.110	0.310	0.085	0.028	0.200	0.170	0.140	0.250	0.140	0.170	0.057	0.200	15			

B) OPERACIONES DE LAS VALENCIAS, CON LAS COORDENADAS DE MAYOR FRECUENCIA:

En los cuadros siguientes se muestran las coordenadas de las categorías seleccionadas.

Para el árbol y cliqué, éstas se encuentran en la fila superior. Los números entre paréntesis de las columnas son las frecuencias de respuestas con valor +2, +1, 0, -1 y -2. que se multiplican por el valor de la primera columna de la izquierda, después se suman y se dividen, el resultado es la valencia.

Masculino		(5,6)	(6,2)	(2,13)	(13,15)	(15,14)	(3,14)
+	2	11 = 22	2 = 4	2 = 4	3 = 6	0 = 0	0 = 0
+	1	3 = 3	4 = 4	2 = 2	0 = 0	0 = 0	0 = 0
	0	2 = 0	0 = 0	2 = 0	4 = 0	0 = 0	1 = 0
-	1	0 = 0	2 = -2	1 = -1	0 = 0	2 = -2	6 = -6
-	2	0 = 0	0 = 0	1 = -2	2 = -4	6 = -12	2 = -4
SUMA		16 25	8 6	8 3	9 2	8 -14	9 -10
RESULTADO		25/16 = 1.56	6/8 = 0.75	3/8 = 0.38	2/9 = 0.22	-14/8 = -1.75	-10/9 = -1.11
		(14,4)	(14,10)	(7,10)	(10,1)	(6,11)	(11,8)
+	2	0 = 0	0 = 0	1 = 2	1 = 2	3 = 6	3 = 6
+	1	2 = 2	0 = 0	0 = 0	1 = 1	3 = 3	3 = 3
	0	0 = 0	1 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	2 = 0
-	1	3 = -3	3 = -3	5 = -5	0 = 0	2 = -2	1 = -1
-	2	5 = -10	8 = -16	2 = -4	9 = -18	0 = 0	0 = 0
SUMA		10 -11	12 -19	8 -7	11 -15	8 7	9 8
RESULTADO		-11/1 = -1.10	-19/1 = -1.58	-7/8 = -0.88	-15/1 = -1.36	7/8 = 0.88	8/9 = 0.89
		(8,9)	(8,12)	(15,9)	(1,14)	(8,13)	(8,15)
+	2	0 = 0	2 = 4	0 = 0	0 = 0	2 = 4	1 = 2
+	1	3 = 3	3 = 3	1 = 1	0 = 0	3 = 3	0 = 0
	0	6 = 0	1 = 0	4 = 0	2 = 0	1 = 0	2 = 0
-	1	3 = -3	1 = -1	1 = -1	0 = 0	0 = 0	0 = 0
-	2	0 = 0	1 = -2	2 = -4	6 = -12	1 = -2	1 = -2
SUMA		12 0	8 4	8 -4	8 -12	7 5	4 0
RESULTADO		0/12 = 0.00	4/8 = 0.50	-4/8 = -0.50	-12/8 = -1.50	5/7 = 0.71	0/4 = 0.00

Femenino							
		(14,7)	(7,12)	(7,10)	(10,15)	(15,4)	(4,1)
+	2	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	1 = 2	1 = 2
+	1	0 = 0	0 = 0	1 = 1	2 = 2	1 = 1	0 = 0
	0	4 = 0	3 = 0	4 = 0	3 = 0	2 = 0	3 = 0
-	1	1 = -1	1 = -1	1 = -1	2 = -2	5 = -5	3 = -3
-	2	10 = -20	10 = -20	9 = -18	2 = -4	2 = -4	1 = -2
SUMA		15 -21	14 -21	15 -18	9 -4	11 -6	8 -3
RESULTADO		-21/1 = -1.40	-21/1 = -1.50	-18/1 = -1.20	-4/9 = -0.44	-6/11 = -0.55	-3/8 = -0.38
		(1,9)	(9,2)	(2,13)	(2,11)	(2,5)	(5,8)
+	2	2 = 4	2 = 4	4 = 8	6 = 12	0 = 0	2 = 4
+	1	2 = 2	4 = 4	6 = 6	3 = 3	8 = 8	3 = 3
	0	4 = 0	1 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	3 = 0
-	1	1 = -1	2 = -2	1 = -1	0 = 0	1 = -1	3 = -3
-	2	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0
SUMA		9 5	9 6	11 13	9 15	9 7	11 4
RESULTADO		5/9 = 0.56	6/9 = 0.67	13/11 = 1.18	15/9 = 1.67	7/9 = 0.78	4/11 = 0.36
		(8,3)	(3,6)	(2,13)	(13,3)	(13,6)	(5,6)
+	2	8 = 16	8 = 16	4 = 8	4 = 8	2 = 4	3 = 6
+	1	1 = 1	1 = 1	6 = 6	5 = 5	4 = 4	2 = 2
	0	2 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	1 = 0	1 = 0
-	1	0 = 0	0 = 0	1 = -1	0 = 0	2 = -2	2 = -2
-	2	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	0 = 0	1 = -2
SUMA		11 17	9 17	11 13	9 13	9 6	9 4
RESULTADO		17/11 = 1.55	17/9 = 1.89	13/11 = 1.18	13/9 = 1.44	6/9 = 0.67	4/9 = 0.44
		(10,12)	(14,12)				
+	2	0 = 0	0 = 0				
+	1	0 = 0	0 = 0				
	0	3 = 0	2 = 0				
-	1	4 = -4	1 = -1				
-	2	7 = -14	9 = -18				
SUMA		14 -18	12 -19				
RESULTADO		-18/1 = -1.29	-19/1 = -1.58				

II. CUESTIONARIO DE COMPARACIÓN DE PROPORCIONES.

A continuación se presentan las sábanas en las que se vaciaron los resultados obtenidos en los cuestionarios aplicados, por subgrupo:

HOMBRES (1)

ITEM	ESFUERZO	DEDICACION	PUNTUALIDAD	CONOCIMIENTO	CAPACIDAD	CONVIVENCIA	EFICACIA	HERRAMIENTAS
1	0.10	0.10	0.10	0.15	0.20	0.05	0.15	0.15
2	0.93	0.97	0.90	0.98	0.85	0.80	0.75	0.70
3	0.90	1.00	0.70	0.60	0.70	0.90	0.80	1.00
4	0.60	0.50	0.80	0.90	0.70	0.60	0.70	0.50
5	1.00	1.00	1.00	0.50	1.00	0.90	1.00	1.00
6	1.00	1.00	0.90	1.00	1.00	0.90	1.00	0.80
7	0.80	1.00	1.00	0.90	0.90	1.00	0.80	0.90
8	1.00	0.95	0.80	0.80	0.85	0.80	0.85	0.80
9	0.80	0.90	0.90	1.00	0.90	0.80	1.00	1.00
10	0.60	0.50	0.90	0.80	0.90	0.80	0.90	0.85
11	0.85	0.95	0.95	0.98	0.98	0.99	0.99	0.95
12	0.20	0.10	0.10	0.20	0.20	0.10	0.10	0.20
13	1.00	0.90	1.00	0.70	0.50	0.50	0.70	0.80
14	0.80	0.80	1.00	0.60	0.70	0.80	0.70	0.60
15	0.90	0.90	1.00	1.00	1.00	0.90	0.99	0.90
16	0.99	1.00	1.00	0.90	0.99	0.99	0.95	0.80
17	0.40	0.60	0.80	0.80	0.70	0.80	0.90	0.90
18	0.90	0.90	0.90	1.00	0.90	0.80	1.00	1.00
19	0.20	0.10	0.10	0.20	0.10	0.10	0.10	0.10
20	0.90	0.95	1.00	0.85	1.00	0.80	1.00	0.90
21	0.50	0.50	0.10	0.80	0.80	0.90	0.80	0.50
22	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90	0.80	0.90	0.80
23	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	1.00	1.00
24	0.40	0.60	0.90	1.00	0.85	0.90	0.80	0.80
25	0.50	0.50	0.60	0.90	0.90	1.00	0.90	0.40
26	0.80	0.90	0.60	0.50	0.50	0.80	0.85	0.95
27	0.90	1.00	0.90	0.50	0.70	0.80	0.90	0.90
28	1.00	0.60	0.60	0.80	0.80	0.90	0.80	0.80
29	0.85	0.85	0.85	0.80	0.70	0.60	0.60	0.50
30	0.50	0.50	0.60	0.50	0.90	0.85	0.85	0.70
SUMATORIA	22.220	22.470	22.900	22.580	23.070	22.830	23.780	22.200
PROMEDIO	0.741	0.749	0.763	0.752	0.769	0.761	0.783	0.740

HOMBRES (2)

ITEM	ESFUERZO	DEDICACION	PUNTUALIDAD	CONOCIMIENTO	CAPACIDAD	CONVIVENCIA	EFICACIA	HERRAMIENTAS
1	0.30	0.30	0.40	0.20	0.30	0.10	0.40	0.20
2	0.90	0.90	0.90	0.90	0.80	0.70	0.90	0.60
3	0.80	1.00	0.80	0.70	0.80	0.80	0.80	1.00
4	0.70	0.60	0.90	0.90	0.80	0.90	0.70	0.60
5	1.00	1.00	1.00	0.60	1.00	0.85	0.60	1.00
6	0.80	1.00	0.90	1.00	1.00	0.70	0.80	0.90
7	0.90	1.00	1.00	0.90	0.90	1.00	0.80	0.90
8	0.75	1.00	0.90	0.80	0.90	0.70	1.00	0.70
9	0.30	0.90	0.90	0.90	0.80	0.70	0.95	1.00
10	1.00	0.80	0.90	0.80	0.90	0.60	0.80	0.95
11	0.90	0.60	0.90	0.80	1.00	0.80	1.00	0.95
12	0.70	0.90	0.40	0.30	1.00	0.90	0.45	0.40
13	0.98	0.20	1.00	0.60	1.00	0.95	0.60	0.80
14	0.50	1.00	1.00	0.70	0.60	0.20	0.85	0.70
15	0.30	0.90	1.00	1.00	0.70	0.40	0.80	0.90
16	1.00	0.90	1.00	0.90	0.80	0.45	0.90	0.70
17	0.50	1.00	0.80	0.80	0.90	0.60	0.90	0.70
18	0.80	0.80	0.90	1.00	0.80	0.80	0.90	1.00
19	0.20	0.90	0.40	1.00	0.90	0.70	1.00	0.20
20	0.60	0.80	1.00	0.90	1.00	0.80	0.45	0.50
21	1.00	1.00	0.20	0.90	0.70	0.90	0.25	1.00
22	0.40	0.90	0.90	1.00	0.80	0.25	0.70	1.00
23	0.50	1.00	1.00	1.00	0.95	0.55	0.90	0.90
24	0.90	0.50	0.80	1.00	0.70	0.70	0.85	0.85
25	0.80	0.90	0.60	0.90	0.90	0.80	0.90	0.85
26	1.00	1.00	0.50	0.90	0.85	0.85	0.90	0.70
27	0.95	1.00	0.90	0.60	0.90	0.90	1.00	0.60
28	0.60	0.80	0.60	0.90	0.40	0.90	0.95	0.65
29	0.30	0.90	0.40	0.70	0.60	0.65	0.85	0.70
30	0.90	0.80	0.30	0.80	0.80	0.70	0.90	0.40
SUMATORIA	21.280	25.300	23.200	24.400	24.500	20.850	23.800	22.350
PROMEDIO	0.709	0.843	0.773	0.813	0.817	0.695	0.793	0.743

MUJERES (1)

ITEM	VIDA	TAREA	EFICIENCIA	CONFLICTOS	CALIDAD	RESPONSABILIDAD	AMIGOS	SATISFACCIONES
1	0.70	0.80	0.80	0.80	0.80	0.90	0.70	0.80
2	0.80	0.70	0.80	0.10	0.90	1.00	0.50	0.80
3	0.50	0.40	0.90	0.10	0.90	0.95	0.25	0.60
4	0.80	0.90	0.80	0.70	0.80	0.90	0.90	0.70
5	1.00	0.40	0.90	0.30	0.90	1.00	0.50	0.50
6	0.60	0.70	0.95	0.80	0.90	0.95	0.70	0.95
7	0.50	0.80	0.70	0.15	0.95	0.90	0.99	0.99
8	0.50	0.90	0.90	0.05	0.90	0.95	0.10	1.00
9	0.75	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.90	1.00
10	0.70	0.80	1.00	0.00	1.00	1.00	0.80	1.00
11	0.50	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.80	1.00
12	0.40	0.90	0.90	0.10	0.90	1.00	1.00	0.80
13	1.00	0.20	1.00	0.10	0.90	1.00	0.90	0.90
14	0.80	0.40	0.90	0.00	0.90	0.90	0.50	0.50
15	1.00	0.90	0.95	0.00	0.95	1.00	1.00	1.00
16	0.80	0.95	0.90	0.10	0.90	0.90	0.80	0.90
17	0.20	0.10	0.50	0.05	0.60	0.90	0.20	0.40
18	0.40	0.60	0.80	0.20	0.70	0.80	0.70	0.90
19	0.80	0.60	0.80	0.40	0.80	0.90	0.80	0.90
20	0.80	0.80	0.90	0.60	0.80	0.80	0.60	0.90
21	0.90	0.90	0.90	0.70	0.70	0.90	0.80	1.00
22	0.70	0.60	0.70	0.50	0.80	0.90	0.70	0.90
23	0.80	0.90	0.90	0.60	0.70	0.80	0.70	0.90
24	0.70	0.20	0.80	0.10	0.80	1.00	0.50	0.80
25	0.80	0.90	0.90	0.80	0.90	0.90	0.25	0.70
26	0.50	0.10	0.95	0.15	0.95	0.95	0.70	1.00
27	0.80	0.60	0.70	0.00	1.00	0.80	0.90	0.80
28	1.00	0.90	1.00	0.10	0.60	1.00	1.00	0.90
29	0.60	0.95	0.50	0.05	0.70	0.90	0.50	0.40
30	0.50	0.80	0.90	0.40	0.80	0.80	0.80	0.70
Sumatoria	20.850	20.700	25.650	7.950	25.450	27.700	20.490	24.640
Promedio	0.695	0.690	0.855	0.265	0.848	0.923	0.683	0.821

MUJERES (2)								
ITEM	VIDA	TAREA	EFICIENCIA	CONFLICTOS	CALIDAD	RESPONSABILIDAD	AMIGOS	SATISFACCIONES
1	0.80	0.90	0.90	0.70	0.80	1.00	0.80	0.90
2	0.90	0.80	0.90	0.20	1.00	1.00	0.60	0.90
3	0.60	0.50	0.90	0.20	1.00	1.00	0.30	0.70
4	0.90	1.00	1.00	0.60	0.90	1.00	0.90	0.85
5	1.00	0.60	0.90	0.40	0.90	0.90	0.90	0.90
6	0.70	0.80	1.00	0.80	0.90	0.95	0.95	0.99
7	0.60	0.90	1.00	0.45	1.00	0.80	0.80	1.00
8	0.60	0.90	0.80	0.20	0.95	0.85	0.80	1.00
9	0.80	1.00	1.00	0.05	0.95	0.90	0.70	0.90
10	0.90	0.90	1.00	0.05	0.80	0.90	0.75	0.95
11	0.60	1.00	1.00	0.10	0.70	0.70	0.90	0.90
12	0.50	0.90	1.00	0.30	0.75	0.60	1.00	0.90
13	1.00	0.50	1.00	0.10	0.85	0.85	0.25	0.80
14	0.90	0.50	1.00	0.05	0.90	0.90	0.50	0.85
15	1.00	1.00	0.90	0.10	0.90	0.95	0.65	0.80
16	0.90	1.00	0.95	0.05	0.75	1.00	0.70	0.70
17	0.40	0.30	1.00	0.20	0.80	0.95	0.85	0.75
18	0.90	0.70	0.65	0.30	0.60	0.75	0.90	0.90
19	0.90	0.70	0.90	0.50	1.00	0.80	0.90	0.90
20	0.90	0.90	0.90	0.70	0.95	0.90	0.85	0.95
21	0.80	0.90	1.00	0.80	0.90	0.90	0.80	0.98
22	0.90	0.70	0.90	0.60	0.90	0.95	0.80	0.95
23	1.00	1.00	0.70	0.65	1.00	0.70	0.75	1.00
24	0.90	0.30	0.80	0.70	0.90	0.80	0.90	1.00
25	0.80	0.90	0.80	0.80	0.95	0.80	0.85	1.00
26	0.60	0.30	0.70	0.90	0.80	0.85	0.85	0.95
27	0.90	0.70	0.85	1.00	0.80	0.90	0.90	0.90
28	1.00	1.00	0.90	0.75	0.85	0.95	0.95	0.85
29	0.70	0.70	0.95	0.40	0.90	0.80	0.90	0.90
30	0.60	0.95	0.90	0.20	0.90	0.85	0.85	0.95
Sumatoria	24.000	23.250	27.200	12.850	26.300	26.200	23.550	27.020
Promedio	0.800	0.775	0.907	0.428	0.877	0.873	0.785	0.901

TABLA 1.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO

HOMBRES				
LUGAR	INDICADOR	PROPORCIÓN		PROBABILIDAD
		GRUPO 1	GRUPO 2	
1	DEDICACIÓN	0.7490	0.8433	0.3628
2	EFICACIA	0.7933	0.7930	0.9920
3	CAPACIDAD	0.7690	0.8167	0.6456
4	CONOCIMIENTO	0.7520	0.8133	0.5620
5	PUNTUALIDAD	0.7633	0.7733	0.9282
6	HERRAMIENTAS	0.7400	0.7450	0.9682
7	CONVIVENCIA	0.7610	0.6950	0.5686
8	ESFUERZO	0.7407	0.7093	0.7872

MUJERES				
LUGAR	INDICADOR	PROPORCIÓN		PROBABILIDAD
		GRUPO 1	GRUPO 2	
1	RESPONSABILIDAD	0.9233	0.8733	0.5222
2	EFICIENCIA	0.8550	0.9067	0.5352
3	SATISFACCIONES	0.8213	0.9007	0.3734
4	CALIDAD	0.8483	0.8767	0.7490
5	VIDA	0.6950	0.8000	0.3472
6	AMIGOS	0.6830	0.7850	0.3734
7	TAREA	0.6900	0.7750	0.4592
8	CONFLICTOS	0.2650	0.4283	0.1834

BIBLIOGRAFÍA

- Abric, Jean Claude (1984) Teoría de los grafos en las ciencias sociales, UNAM, México.
- Bardin, L. (1986) El análisis de contenido. "Análisis de resultados en un test de asociación libre de palabras", ed. Akal
- Bartra, Roger (1987) La jaula de la melancolía. Identidad y Metamorfosis del mexicano, ed. Grijalbo, S.A., México
- Blalock, ^{Hobart H.} (1978) Estadística social, ed. F.C.E., ^{México.}
- Jodelet, Denise (1986) en Psicología Social II de Serge Moscovici, ed. Paidós.
- Locke, John (1980) Ensayo sobre el entendimiento humano, editora nacional, Madrid.
- Moscovici, Serge (1961) El psicoanálisis, su imagen y su público, Trad. Nilda María Finetti en 1979, Colección Temas básicos, ed. Huemul, S.A., Buenos Aires.
- Rüssel, Arnulf (1973) Psicología del trabajo (Trad. Dr. Alfonso Álvarez V.), ed. Morata, España.
- Sampieri y Collado (1991) Metodología de la Investigación, ed. McGraw Hill, México
- Urbina Soria, Javier (Compilador), (1989) El psicólogo. Formación. Ejercicio Profesional. Prospectiva, UNAM, México.