UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

DIFERENCIAS EN LA ATRIBUCIÓN ACERCA DE LOS CONSUMIDORES DE BAJOS INGRESOS, EN FUNCIÓN DEL ESTILO ATRIBUCIONAL, DENOMINACIÓN DE LOS POBRES Y SEXO

Trabajo de Investigación presentado por:

Constanza ESCOBAR

Y

María del Mar LINAREZ

Profesora guía:

Silvana DAKDUK

Caracas, Julio de 2011.

A nuestros padres

Nacemos para vivir, por eso el capital más importante que tenemos es el tiempo. Es tan corto nuestro paso por este planeta que es una pésima idea no gozar cada paso y casa instante, con el favor de una mente que no tiene límites y un corazón que puede amar mucho más de lo que suponemos.

Facundo Cabral

Agradecimientos

Agradezco a mis padres Mariloly y Eduardo, por todo lo que me han enseñado de la vida, por ayudarme a tener confianza en mí misma, a ir tras lo que quiero y saber que lo puedo conseguir, por haberme dado las bases para construir todo lo que soy, y mostrarme que yo soy yo quién crea mi propio futuro, los amo.

A mis abuelos Juan Rodríguez, Eva, y Juan Linarez, siempre dándome ánimo para seguir en mi carrera, por todo el amor y el cariño que me han brindado toda la vida, y más estos últimos 5 años ¡Gracias! Especialmente a mi abuela Josefa, por esa sonrisa en tu rostro cada vez que me veías, dondequiera que estés sé que estás orgullosa de mi, gracias por todos los momentos felices compartidos.

A Vero, más que mi amiga, mi hermana, a ti por siempre saber que decirme para salir adelante, por escucharme, y ser mi confidente y mi apoyo día a día, por brindarme la oportunidad de conocer lo grande que puede llegar a ser la amistad.

A Karen, amiga incondicional, por confiar en mí, y en lo que soy capaz de lograr, por el buen humor y las risas cuando más lo necesitaba.

A Danielle, mi novio, por siempre tener una palabra de aliento para mi, por comprenderme y apoyarme, por aceptarme tal cual soy y ayudarme a disfrutar cada día como si fuera el último, por tu amor y confianza.

Gracias a mi compañera de tesis, Cota, sin ti no hubiese llegado hasta aquí, gracias por aceptar tomar este camino juntas, por dejar a un lado nuestras diferencias, y mi necedad, y lograr llegar con éxito a esta meta, por ser una gran amiga, y por todos los consejos que me diste en los momentos indicados.

A Mariana, Maritza, Anna, Maru, Carlos, Bea, Marilú, Gabo y Os, porque gracias a ustedes la universidad fue más que solo estudios, ustedes hicieron de cada paso algo que valía la pena vivir, por su cariño, compañía y apoyo.

A Narciso, José, Jonathan, Gabriel, Sylvia, Alexander, Manuel, Adriana, Ana y Liliana, mis amigos del “pueblo”, por demostrarme que la amistad puede continuar intacta a pesar del tiempo y de la distancia, por hacerme saber que el cariño de un amigo verdadero, aunque haya altas y bajas, no se termina sino que sigue creciendo.

Agradezco a nuestra tutora Silvana por los conocimientos aportados y por su ayuda; y a los profesores Nelson Castellanos, Luisa Arenas, Luisa Angelucci y Juan Carlos Romero, por las enseñanzas tanto académicas como personales y por ser ejemplos a seguir.

También agradezco a Nacho y Aleida, porque desde el primer día de clases han estado ahí para acompañarnos a quienes decidimos estudiar esta carrera, por todo el apoyo y animo recibido, ¡Gracias!

Por último, y no menos importante, agradezco a la Universidad Católica Andrés Bello, por haber sido la base de mi futuro y por todo el conocimiento y aprendizajes que de aquí me llevo.

María del Mar Linarez Rodríguez

A mi mamá, que hoy culmina este camino conmigo, que con su comprensión, sus regaños y su compañía ha sido, no solo durante los cinco años de carrera, sino desde que tengo memoria, la fortaleza y el modelo a seguir en mi vida.

A mi familia, que es refugio y compañía cuando llego cansada a la casa, que es quien me recibe al final del día y por quien me levanto cada mañana; en especial a mi papá, quien a pesar de lo lejos siempre está presente; a mis cuatro hermanas, Valeria, Victoria, Camila y Carlota; a mis abuelos, Yolanda, Juvenal y Doris; a Eduardo y a Ruby.

A mi tía Nathalia, la segunda mujer más importante en mi vida, que ha sido mi amiga, mi confidente y mi apoyo.

A mi compañera y ayudante de tesis, María del Mar, con quien sufrí por la incertidumbre, me trasnoché, y en quien me apoyé en momentos de angustia. Y pensar que luego de cinco años de risas, desvelos, peleas, angustias y lágrimas, estamos terminando esto juntas. Ha sido un honor y un placer haberte encontrado como amiga y haber trabajado contigo.

A mis amigas, Finita y Andrea, en quienes me apoyo en los momentos más duros y a quienes sé que conservaré por muchos años más. A las niñitas: Maru, Mariana, Maritza, Bea y Marilu; con quienes crecí en este camino, en quienes me apoyé, y a quienes me llevo de la universidad. Nada hubiese sido posible sin ustedes; sin sus consejos, sus regaños, sus recordatorios y sus risas. Mis mejores recuerdos me los llevo con ustedes; gracias por eso.

A la Coral UCAB, que ha sido mi escape, la chuchería de todos mis martes y jueves; lugar de refugio, de descanso, de risas, lágrimas y montones de abrazos. Donde conseguí amistades, amores y tanta felicidad. No hay palabras para decir las "gracias" que llevo por dentro.

A nuestra tutora, Silvana, por sus innumerables correos y toda su ayuda. A aquellos que durante la carrera fueron, más que profesores, maestros, y que dejaron

una huella más allá de los conocimientos y las materias: Ángel Oropeza, Luisa Angelucci, Luisa Arenas y Juan Carlos Romero.

A Nacho y Aleida, que son el rostro familiar cuando entro a la escuela, que todas las mañanas me recibieron con una sonrisa y palabras de aliento, y que se convirtieron en confidentes, amigos y hasta zapateros; gracias por todo.

A Dios, por permitirme levantarme cada mañana.

Constanza Escobar Seguí

Índice

Dedicatoria 2
Agradecimientos 3
Indice vii
Índice de Tablas x
Resumen ix
I. Introducción 13
II. Marco Teórico 16
Aproximaciones teóricas 18
El estudio de la atribución hacia los pobres 23
III. Método 39
Problema 39
Hipótesis 39
Hipótesis General 39
Hipótesis Específicas 39
Variables 40
Variable Dependiente 40
Variables Independientes 40
Variables a Controlar 42
Diseño de Investigación 42
Población y Muestra 43
Población. 43
Muestra Piloto 44
Muestra Definitiva 44
Instrumentos 45
Descripción general del instrumento final de estudio 45
Escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos 46

Escala de estilo atribucional 46
Escala de sexo 47
Procedimiento 48
Estudio piloto 49
Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos 49
Escala de estilo atribucional 51
Consideraciones Éticas 52
IV. Análisis de Resultados 54
Escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos 55
Escala de estilo atribucional 57
Análisis descriptivo 57
Análisis de varianza 60
V. Discusión 62
VI. Conclusión y recomendaciones 68
VII. Referencias Bibliográficas 70

ANEXOS

ANEXO A. Instrumento definitivo de Sexo, Denominación de pobreza, Estilo Atribucional y Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos.

ANEXO B. Escala de Atribución hacia los Consumidores de Bajos Ingresos (Basada en la Escala de Atribución hacia los Consumidores de Bajos Ingresos de Dakduk, Gonzalez y Malavé, 2010).

ANEXO C. Escala de Estilo Atribucional (Basado en el Cuestionario Extendido de Estilo Atribucional de Guallar y Balager, 1997).

ANEXO D. Instrumento piloto de Sexo, Denominación de pobreza, Estilo Atribucional y Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos.

ANEXO E. Análisis factorial para la escala de Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos (Salidas de SPSS).

ANEXO F. Gráficos de caja y bigote para las variables estilo atribucional, denominación de la pobreza y sexo.

ANEXO G. Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

ANEXO H. Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

ANEXO I. Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

ANEXO J. Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

ANEXO K. Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

ANEXO L. Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

ANEXO M. Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

ANEXO N. Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

ANEXO O. Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

ANEXO P. Cartas de confirmación de administración de escalas en UNIMET; UMA y CIAP.

Índice de Tablas

Tabla 1 Combinaciones Fundamentales del Modelo de Covariación y los Esquemas Causales de Kelley 19
Tabla 2 Matriz de componentes rotados para la Escala de Atribución Causal hacia los Consumidores de Bajos Ingresos en la muestra piloto 48
Tabla 3 Matriz de componentes rotados para la Escala de Atribución Causal hacia los Consumidores de Bajos Ingresos 54
Tabla 4 Estadísticos descriptivos por cada variable 58

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo evidenciar si existen diferencias estadísticamente significativas en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, en función del estilo atribucional, la denominación de los pobres y el sexo. La muestra definitiva estuvo conformada por 240 personas, todas estudiantes de postgrados gerenciales de las siguientes instituciones: Universidad Metropolitana (UNIMET), en las especialidades administración mención gerencia de empresas, gerencia pública, gerencia de sistemas, recursos humanos y gerencia tributaria de empresas; Universidad Monteávila (UMA) en las especialidades de comunicación organizacional, y planificación, desarrollo y gestión de proyectos; y Centro Internacional de Actualización Profesional (CIAP), en las especialidades de dirección económico-financiera de empresas y gestión de marketing. De ellos 142 fueron mujeres, y 98 hombres, que representan el 59.2% y 40.8% respectivamente.

Para la medición de las variables se utilizaron las siguientes escalas: Escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos (Dakduk, González y Malavé, 2010), Escala de estilo atribucional (adaptación del Cuestionario Extendido de Estilo Atribucional creado por Peterson y Villanova, 1988). La variable denominación de los pobres se midió realizando una adaptación a la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos realizada por Dakduk, et al. (2010), administrando la escala a la mitad de la muestra bajo la etiqueta "consumidores de bajos ingresos", y a la otra mitad "personas pobres". Para el análisis de los datos se realizó un análisis factorial para la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, obteniéndose dos factores (altruismo y orientación al trabajo); se corrieron tres análisis de varianza (ANOVA) para la atribución acerca de los consumidores bajos ingresos en función del estilo atribucional, la denominación de los pobres y el sexo, así como para cada factor de la variable dependiente, dando un total de nueve análisis de varianza.

Los resultados obtenidos muestran que no existen diferencias significativas en ninguna de las dimensiones de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional, la denominación de los pobres y el sexo.

I. Introducción

En los últimos años, la pobreza ha tomado un lugar importante en la opinión mundial. Tanto es así, que en el año 2000 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) planteó un proyecto llamado *Las Metas del Milenio*, en el que se busca atacar los principales problemas que atañen a la población mundial (como la crisis ambiental, la salud, la educación, la discriminación, entre otras). Una de las principales metas propuestas fue la erradicación de la pobreza mundial, cuyo objetivo principal es haber reducido la pobreza extrema en el mundo para el año 2015 (United Nations, 2000).

El 65% de la población mundial, y casi el 80% de la venezolana, son personas de bajos ingresos (Dakduk y Puente, 2008). Esto quiere decir que, en Venezuela, la mayor parte de la población se encuentra en los estratos D y E. Debido a esto, el fenómeno ha cobrado gran relevancia, convirtiéndose en un tema de interés para los científicos sociales que buscan comprender cómo la forma en que se percibe a las personas que viven en condición de pobreza puede incidir en el aumento o disminución de la misma (Dakduk, 2009; Harper, 2003; citado en Dakduk, González y Malavé, 2010).

Estas personas tradicionalmente han sido llamadas pobres, sin embargo, algunos autores prefieren denominarlas consumidores de bajos ingresos, ya que la noción de pobres trae como consecuencia una serie de juicios negativos que tienen influencia en las actitudes, estereotipos y conductas hacia estas personas (Dakduk, et al. 2010). En la presente investigación se utilizará esta denominación para referirse a las personas que viven en condición de pobreza.

Se podría inferir que, al ser este el mercado más grande, existen numerosas ofertas de bienes y servicios que atiendan las necesidades de este sector. Sin embargo, como señalan Auletta y Puente (2009), “los casos de desarrollo de proposiciones de valor específicas y diferenciadas para los segmentos D y E siguen siendo contados y

el interés en las mayorías se limita, en muchos casos, a adaptaciones de los canales de distribución y al lanzamiento de productos de baja calidad a bajo precio" (p. 25).

La presente investigación está enmarcada en la psicología social, entendiéndola como una disciplina que utiliza métodos científicos para "entender y explicar la influencia que la presencia real, imaginada o implícita de los otros, tienen en las ideas, los sentimientos y la conducta de los individuos" (Allport, 1985, p 3. citado en Worchel, Cooper, Goethals y Olson, 2002). Así, el estudio de la pobreza y de los consumidores de bajos ingresos desde la psicología social, implica la comprensión del fenómeno desde el efecto que tiene en las ideas, sentimientos y conductas de quienes lo perciben.

La investigación científica de este fenómeno social ha venido aumentando en la última década (Dakduk, et al. 2010), en particular el estudio de las percepciones, actitudes y atribuciones que se tienen hacia este sector de la población. Autores como Abouchedid (2006), Cozzarelli, Wilkinson, y Tagler (2001), Nasser (2007), Niemelä (2008), Palomar y Cienfuegos (2006), Sun (2001) y Vázquez y Panadero (2007) han estudiado la influencia de variables como locus de control, variables socio-demográficas, ideología política, motivación al logro, género, nacionalidad, entre otras, sobre las percepciones, actitudes y atribuciones hacia la pobreza y los consumidores de bajos ingresos.

Un autor que se ha dedicado al estudio de la atribución hacia la pobreza es Joe Feagin (1972). Este autor obtuvo, a partir de un análisis factorial, tres categorías en las cuales se pueden dividir las atribuciones acerca de la pobreza: individualistas, fatalistas y estructuralistas; la mayoría de los estudios recientes en este tema adoptan esta clasificación.

Muchas de las investigaciones sobre este fenómeno han sido realizadas con muestras que no tienen la suficiente relevancia política y social como para contribuir con la reducción del mismo. Así, resulta relevante plantearse el estudio de las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos por parte de estudiantes en

post grados y que pertenezcan a la gerencia media de sus organizaciones, debido a la influencia económica y social de estos actores, ya que son quienes desarrollan los bienes y servicios que se les brindan a estos consumidores.

Con la finalidad de medir las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos, en la presente investigación se utilizó un instrumento creado por Dakduk, et al. (2010), que arroja cinco factores: altruismo, emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno y autosuficiencia.

Aunque en dicho instrumento los autores utilizan dentro de la instrucción la frase *consumidores de bajos ingresos* para referirse a este sector de la población, en función de determinar el posible efecto que la denominación de este sector tiene sobre las atribuciones, el instrumento se administrará en dos modalidades: a la mitad de la muestra con la etiqueta "personas pobres" y a la otra mitad con "consumidores de bajos ingresos".

El estilo atribucional se define como la tendencia a realizar determinados tipos de inferencias causales, manteniéndose estable dicha tendencia tanto a través de las situaciones como del tiempo (Guallar, Balaguer y Castillo, 1997). Algunos autores (Nasser y Abouchedid, 2006; Palomar y Cienfuegos, 2006) plantean que esta variable influye sobre las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos, por lo cual será una variable de estudio en la presente investigación.

A partir de la revisión de la literatura se han encontrado, además, inconsistencias en cuanto a la variable sexo como predictora de las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos.

Así, el objetivo de la presente investigación es comprender algunos elementos que determinan el proceso de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en estudiantes de post-grados y con cargos en la gerencia media de sus organizaciones, con el fin de que el conocimiento generado sea de utilidad para fomentar y adecuar las propuestas de negocios para este sector.

I. Marco Teórico

Las personas realizan atribuciones para comprender su entorno social y ubicarse en el mismo; esto les permite predecir los eventos y comportamientos de las personas en su entorno social (Vallerand y Bouffard, 1958; citado en Guallar, et al. 1997). La atribución se refiere al proceso a través del cual las personas identifican y establecen causas del comportamiento de los demás para conocer sus disposiciones y características estables (Heider, 1958; citado en Baron y Byrne, 2005).

El estudio de este fenómeno, que se inserta en el contexto psicosocial, se hace relevante en la medida en que las atribuciones que se realizan hacia las personas o grupos, tienen influencia en el comportamiento que se tiene hacia los mismos (Guallar, et al. 1997). Dakduk, et al. (2010) mencionan que a pesar de que el proceso atribucional ha sido estudiado en una gran variedad de objetos y situaciones, gran parte del desarrollo de las investigaciones de atribución se han llevado a cabo hacia fenómenos sociales complejos y de amplio alcance, como es el caso de la pobreza, la riqueza y el subdesarrollo.

El estudio de las atribuciones como fenómeno psicológico se enmarca dentro del estudio de la cognición social, que puede definirse como el proceso mediante el cual se entienden y se les da sentido a las personas. Este proceso posee dos componentes fundamentales: en primera instancia, consiste en hacer atribuciones sobre por qué las personas actúan de determinada manera; y en segundo lugar, formarse una impresión general basada en lo que se sabe, o se cree saber, sobre las personas como individuos y miembros de un grupo (Worchel, et al. 2002).

Según Worchel, et al. (2002), se trata de un proceso complejo, en el que los individuos resumen una gran cantidad de información de modo que puedan así predecir los comportamientos de los demás. Para esto, es importante determinar qué cualidades de cada persona explican sus acciones y la llevan a actuar de una determinada forma. Estas cualidades y características pueden ser denominadas

disposiciones, que son inferidas a partir de las atribuciones causales que se realizan sobre los actos de las personas.

El proceso atributivo, de acuerdo con Weiner (1985, 1986; citado en Worchel, et al. 2002) se compone de cuatro dimensiones básicas que determinan de qué forma será realizada la atribución; estas son: locus, estabilidad, controlabilidad y globalidad. El locus se refiere al foco de causalidad al que la persona atribuye la causa; de este modo, la causa puede ser atribuida a elementos internos de la persona (locus de control interno) o a elementos que se encuentran fuera de ella, es decir, en el ambiente (locus de control externo). Las primeras se denominan causas internas y las segundas, causas externas. A partir de esta dimensión, se puede distinguir entre locus de control interno y externo. (Pulido de Briceño y Oropeza, 2006). La estabilidad, por su parte, está relacionada con la permanencia de las causas que se atribuyen a la conducta, estas pueden ser duraderas, o por el contrario variar a través del tiempo (Palmero, Fernández-Abascal, Martínez y Chóliz, 2002). La tercera dimensión (controlabilidad), sirve para distinguir si las causas de la conducta están bajo el control de la persona, o si, por el contrario, están bajo la influencia de factores ajenos al individuo, es decir, son incontrolables para él (Worchel, et al. 2002). Finalmente, la globalidad, hace referencia a los efectos de las causas, y a si estos efectos son específicos o generales, es decir, si estas causas influyen en algunos pocos resultados o si por el contrario influyen en muchos de estos (Abramson, Seligman y Teasdale, 1978 citado en Worchel, et al. 2002).

De este modo, cuando las personas hacen atribuciones acerca de las causas del comportamiento de otros, consideran estas cuatro dimensiones (locus, estabilidad, globalidad y controlabilidad), y las diferentes formas en las que estas se combinen darán como resultado diversos tipos de atribuciones causales.

Aproximaciones teóricas

Existen varias teorías que han intentado explicar el fenómeno de las atribuciones causales; la primera aproximación al estudio de este proceso es la *Psicología Ingenua de la Acción* de Heider (1958; citado en Morales, Huici, Moya, Gaviria, López-Sáez y Nouvilas, 1999). Su propósito al abordar este tema era explicar cómo se buscan las causas de los sucesos que ocurren en el entorno. En esta teoría, el autor plantea que las personas explican satisfactoriamente un suceso cuando descubren por qué ha ocurrido, para lo cual recurren a unas normas de inferencia de sentido común, que denomina como *reglas de la psicología ingenua de la acción*.

Heider plantea que para realizar una atribución, las personas consideran tres factores: se evalúa si el actor es capaz o no de realizar la conducta en cuestión, se toma en cuenta la dificultad de la tarea y se considera la motivación; esto implica que el actor haga el esfuerzo necesario o intente la acción con la intensidad requerida (Heider, 1958; citado en Morales, et al. 1999). El análisis integral de estos factores resulta en una interpretación del comportamiento del sujeto.

El proceso atributivo comienza con la observación de una conducta que rompe las expectativas previas y por tanto llama la atención de una persona. Una vez que esto ocurre, se realiza una valoración de los dos primeros elementos mencionados anteriormente (la capacidad del actor y la dificultad de la tarea). Para realizar la atribución, es necesario que la persona evalúe estos elementos. Sin embargo, esto no es suficiente para la culminación del proceso atributivo, ya que se debe tener en cuenta la motivación del actor para realizar la conducta. Este proceso finaliza cuando el observador cree encontrar la causa que produjo la acción observada (Morales, et al. 1999).

Según Heider, existen dos tipos principales de causas: internas y externas. Las primeras, también llamadas personales, radican en el actor como una disposición personal, una actitud o un rasgo de personalidad. Por otra parte, las segundas,

denominadas ambientales, pertenecen al contexto, como lo son las características de la situación, de la cultura o de la estructura social (Heider, 1958; citado en Morales, et al. 1999). De este modo, la responsabilidad percibida, pareciera ser el factor más importante para delimitar las atribuciones que se realizan e, independientemente de si esta responsabilidad es interna o externa, constituye la base para predecir la conducta futura (Dakduk y Puente, 2008).

Adicionalmente, el autor mencionado (Heider, 1944, 1958; citado en Worchel, et al. 2002) expresó que las personas atribuyen la conducta tanto a causas internas como externas, pero tienden a hacer atribuciones internas debido a que es más probable que las disposiciones personales sean estables y rijan el comportamiento, y por tanto sirvan como predictores útiles de la conducta. Además, no solo sirven para predecir, sino que ayudan al individuo a actuar de forma eficaz en su ambiente.

Posteriormente, a partir de los aportes de Heider, Jones y Davis (1965; citado en Worchel, et al. 2002) elaboran la teoría de las *Inferencias Correspondientes*. Esta teoría versa sobre cómo las personas deciden, a partir del comportamiento observable de los demás, cuáles son los rasgos y disposiciones que estos poseen y si permanecerán estables a lo largo del tiempo (Baron y Byrne, 2005); diferenciándose del planteamiento de Heider en el énfasis que este último autor hace en las causas internas. Estos autores plantean que a partir de la conducta observada se infiere directamente una disposición o característica personal de una persona. Dichas atribuciones son denominadas *Inferencias Correspondientes.*

Para que se produzca una inferencia correspondiente es necesario que se dé una condición previa: la intención; si la persona realiza una conducta de forma no intencional, esta conducta no podrá ser atribuida a sus características personales. Jones y Davis (1965; citado en Morales, et al. 1999) proponen además que hay que tener en cuenta dos factores: los efectos no comunes de la acción y las expectativas que se mantienen sobre el actor.

Con respecto a los efectos no comunes de la acción, los autores plantean que al poner en comparación dos posibles actos, existen efectos de esas acciones que pueden ser comunes entre sí, así como efectos particulares para cada acción. Al observar un cambio de conducta en un actor, se comparan los efectos comunes y no comunes entre ambas acciones. De este modo, mientras menor sea el número de efectos no comunes, habrá una mayor probabilidad de realizar una inferencia correspondiente (Morales, et al. 1999).

En relación a las expectativas sobre el actor, Jones y Davis (1965; citado en Morales, et al. 1999) proponen dos tipos de expectativas: las individuales (que hacen referencia al conocimiento previo que se tiene sobre el actor) y las categóricas (que son aquellas que se tienen respecto al grupo social al que pertenece el actor). Los autores plantean que al romperse las expectativas que se tienen sobre la conducta de una persona, bien sean individuales o categóricas, existe más probabilidad de realizar inferencias correspondientes. Así, la desconfirmación de las expectativas lleva a buscar explicaciones de carácter personal e interno.

Como un factor adicional mencionan la relevancia hedónica, que implica aquellas situaciones en las que la conducta del actor afecta directamente al observador. En estas situaciones se dejan a un lado las expectativas y los efectos no comunes de la acción, y se realizan inferencias correspondientes por razones afectivas (Morales, et al. 1999).

Más adelante, Kelley desarrolla el *Modelo de Covariación y los Esquemas Causales,* para comprender el proceso atribucional. Este autor no solo estudia las causas que atribuyen las personas a las conductas de los actores, sino que amplía el estudio del proceso atribucional incluyendo el problema de la validez atributiva, que implica cómo deciden las personas si sus impresiones sobre un objeto son correctas (Morales, et al. 1999).

Cuando las personas realizan una atribución, suelen manejar una serie de elementos de información. Esta teoría plantea que existen tres tipos de información:

consenso, distintividad y consistencia. El observador cree que existe consenso cuando la persona observada responde de igual forma que la mayoría. Existe distintividad cuando el actor responde ante un estímulo determinado de forma diferente a la mayoría. Finalmente, se habla de consistencia cuando la persona responde habitualmente de la misma forma ante situaciones similares. Cada elemento de información puede adquirir dos valores: alto y bajo; y se pueden combinar entre sí de diferentes formas. Existen tres combinaciones en particular que han resultado fundamentales para determinar con claridad el tipo de atribuciones que realizará el observador (Baron y Byrne, 1998), y se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 1

Combinaciones Fundamentales del Modelo de Covariación y los Esquemas Causales de Kelley

Atribución	**Consenso**	**Distintividad**	**Consistencia**
Objeto	Alto	Alto	Alto
Persona	Bajo	Bajo	Alto
Contexto	Bajo	Alto	Bajo

Nota. Creada a partir de Morales, J., Huici, C., Moya, Gaviria, E., López-Sáez, M. y Nouvilas, E. (1999). *Psicología social*. (UNED). Madrid, McGraw-Hill.

La primera combinación fundamental que propone Kelley es: consenso alto/ distintividad alta/ consistencia alta. Esta combinación predice la atribución de la siguiente forma: si todas las personas (o la mayoría de ellas) reaccionan del mismo modo frente al objeto, si la persona observada reacciona de forma diferente frente a otros objetos, y si siempre reacciona de igual manera frente a ese objeto; la atribución se hará en función del objeto como explicación de la conducta. Otra combinación fundamental es: consenso bajo/ distintividad baja/ consistencia alta. Normalmente este tipo de combinación trae como consecuencia una atribución a la persona como causa de la acción. De este modo, si nadie se comporta ante ese objeto como la

persona observada, esta se comporta de igual forma frente a otros objetos, y muestra la misma conducta en diferentes momentos, entonces las causas de la acción se adjudicarán a la persona observada (Morales, et al. 1999).

Por último, la tercera combinación fundamental que se plantea es: consenso bajo/ distintividad alta/ consistencia baja. Esta combinación determina una atribución a las circunstancias. Así, si nadie se comporta frente al objeto como la persona observada, la persona reacciona diferente frente a otros objetos, y no siempre actúa de igual manera ante este objeto; entonces la atribución estará dirigida a causas externas (Morales, et al. 1999).

De esta manera, el modelo de Kelley afirma que las personas examinan las variaciones conjuntas de los diversos elementos de la información de la que disponen, para poder explicar así la conducta de las personas observadas.

Además de los modelos explicativos en relación a la atribución, se encuentran algunos sesgos o errores que cometen los individuos al momento de llevar a cabo el proceso atribucional. Uno de estos es el denominado *sesgo de la correspondencia*, también llamado error fundamental de la atribución. Heider (1944,1958 citado en Worchel, et al. 2002) plantea que a pesar de la posibilidad de atribuir los eventos a entes externos, los individuos tienden a sentirse mejor con atribuciones de tipo interno. Así, esta preferencia a realizar atribuciones disposicionales, hace que se subestime la función de las fuerzas situacionales como posibles causas de la conducta, exagerando las disposiciones personales, y suponiendo que el comportamiento es un reflejo de estas.

Otro de los sesgos que se pueden experimentar en el proceso atribucional es el denominado *sesgo actor/observador*. En este sesgo, se plantea que las personas hacen inferencias de modo automático e inconsciente al notar o enterarse de la conducta de alguien más, es decir, se realizan automáticamente inferencias de rasgos o características de los individuos (Worchel, et al. 2002).

Las teorías anteriormente expuestas constituyen la base del desarrollo teórico en esta área, y si bien se han desarrollado diversas aproximaciones, estas siguen siendo referencias obligatorias al hablar de atribución (Baron y Byrne, 1998; Guallar et al. 1997; Morales, et al. 1999; Worchel, et al. 2002). En este marco, se han realizado numerosas investigaciones referentes al estudio de las atribuciones causales hacia la pobreza y los consumidores de bajos ingresos (Nasser, 2007; Pandey, Sinha, Prakash y Tripathi, 1982; Toporek y Pope-Davis, 2005; Vázquez y Panadero, 2007).

Para efectos de la presente investigación se utilizará como referencia la teoría de la Psicología Ingenua de la Acción de Heider. Se tomará esta teoría ya que es la que considera la dimensión interno/externo para la explicación de las atribuciones, dimensión que ha sido utilizada anteriormente para explicar las atribuciones hacia los pobres y los consumidores de bajos ingresos.

El estudio de la atribución hacia los pobres

Tal y como se mencionó al inicio, el estudio de la atribución se ha desarrollado fundamentalmente en el análisis del proceso hacia fenómenos sociales complejos, lo que se corresponde con el Nivel Societal, según Hewstone (1992), es decir, las atribuciones que personas de un mismo colectivo comparten acerca de un hecho culturalmente importante.

Uno de los procesos de mayor trayectoria en el estudio de este fenómeno, y de interés a este trabajo, es la atribución hacia la pobreza y sus actores, cuyo pionero en su estudio fue Joe Feagin. Este autor realizó un estudio en el que midió las atribuciones hacia las personas pobres, encontrado tres factores que denominó: individualistas, estructuralistas y fatalistas (Feagin, 1972; citado en Lamarche y Tougas, 1979).

La categoría individualista se refiere a aquellas atribuciones que ubican la responsabilidad de la pobreza en el propio individuo, es decir, propone que las propias personas son culpables de su condición de pobreza. Con respecto a la categoría estructuralista, este autor plantea que se trata de atribuciones hacia la estructura social como causa de la pobreza. Finalmente, dentro de la categoría fatalista, el autor incluye aquellas explicaciones que atribuyen las causas a factores que están más allá del control humano (como la voluntad de Dios o la mala suerte) (Feagin, 1972; citado en Lamarche y Tougas, 1979).

La mayor parte de las investigaciones utiliza esta categorización para analizar las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos (Clark, 2007; Lamarche, y Tougas, 1979; Palomar y Cienfuegos, 2006; Reutter, Veenstra, Stewart, Raphael, Love, Makwarimba y McMurray, 2006).

En un meta-análisis llevado a cabo por Dakduk, et al. (2010), los autores realizaron una revisión sistemática de la literatura existente (entre 1970 y 2009) que hiciera referencia a estudios sobre las actitudes, creencias, percepciones y atribuciones hacia la pobreza, las personas pobres o los consumidores de bajos ingresos. En esta investigación se efectuó una búsqueda en distintas bases de datos, de las cuales se recolectaron 65 artículos que incluían las variables anteriormente nombradas, tanto en los antecedentes como en los resultados, y se analizaron de acuerdo a: su identificación (autores y año de publicación); el diseño de investigación y el enfoque utilizado (cualitativo o cuantitativo); el tamaño y perfil de la muestra; y finalmente de acuerdo al proceso psicológico estudiado.

En ese estudio, los autores encontraron que en la última década es cuando se han realizado la mayor parte de las investigaciones en este tema; específicamente, a partir del año 2000 se ha publicado el 63% de los artículos sobre percepción de pobreza (Dakduk, et al. 2010). Con respecto a esto, estos autores señalan que tradicionalmente el estudio de la pobreza estuvo dominado por la economía como disciplina. Sin embargo, a partir la década de los setenta se observan las primeras

aproximaciones de la antropología y la sociología a la investigación de este fenómeno social, realzando la trascendencia social de la pobreza. Esto le dio cabida así a las ciencias sociales y por tanto a la psicología social, que actualmente lidera los estudios sobre la percepción de la pobreza. Es a partir de esta década también, cuando se comienza a introducir la variable atribución en este tema de estudio (Dakduk, et al. 2010).

Estos autores encontraron también que en América y Europa se encuentra concentrado el mayor porcentaje de investigaciones publicadas (44% y 22%, respectivamente).

En el caso de América en particular, de este 44%, el 42% de los estudios están publicados en Estados Unidos y Canadá, mientras que sólo un 2% en América Latina (Dakduk, et al. 2010). Esto resulta paradójico, particularmente en el caso de Venezuela, ya que, como señalan Dakduk y Puente (2008), a pesar de que aproximadamente el 79% de la población es pobre, el interés en este grupo social se limita, en muchos casos, a realizar adaptaciones de distribución y lanzamiento a los productos diseñados para otros sectores, abaratando los costos y disminuyendo la calidad; y los casos de desarrollo de proposiciones de valor específicas y diferenciadas para los consumidores de bajos ingresos son muy contados (Auletta y Puente, 2009).

Dado que el aumento de la pobreza ha tenido un impacto sobre el comportamiento económico, a nivel global ha surgido un interés por estudiar a estas personas en su rol de consumidores, y esto ha cobrado cada vez más importancia en el ámbito empresarial (Dakduk y Puente, 2008; Prahalad y Hart, 2002; Prahalad, 2006; Puente, 2007; citado en Dakduk, et al. 2010). Para dar cuenta de las características de este sector de la población, uno de los autores que ha hecho un aporte importante es C.K. Prahalad, quien es un analista de empresas y estrategias de negocio en la India. Este autor menciona que las características del mercado de los consumidores de bajos ingresos, se pueden concretar en (Prahalad, 2005):

1) En este mercado existe un flujo de recursos económicos. Estos individuos tienen una capacidad agregada de compra, pero a su vez, pagan entre 5 y 25 veces más, en comparación con otros sectores de la población, por sus servicios públicos y productos comerciales

2) El acceder al mercado de los consumidores de bajos ingresos requiere aproximaciones ingeniosas que puedan ofrecer una distribución ventajosa de productos y servicios

3) Aceptan tecnologías electrónicas con facilidad

4) Reconocen el valor de un producto y de la marca asociada a este

Como señalan Dakduk, et al. (2010), las investigaciones sobre los consumidores de bajos ingresos se han caracterizado por enfocarse en sus conductas y atribuciones hacia distintos productos y servicios, y de manera excepcional se han estudiado las actitudes, creencias y atribuciones que otros grupos sociales realizan hacia las personas de bajos ingresos.

Por su parte, Dakduk y Puente (2008) plantean que los consumidores de bajos ingresos no han sido atendidos de manera apropiada por el sector privado debido a que son visualizados como un mercado poco rentable. Con respecto a esto, algunos autores (Alvarado, 2006; Edelman, 1998; citado en Dakduk, et al. 2010) cuestionan

> la poca importancia que se le ha otorgado a las implicaciones que los rasgos atribuidos a la pobreza y a quienes la padecen puedan tener para perpetuarla o erradicarla; especialmente, las atribuciones que provienen de actores con influencia social para contribuir a solventar el problema de la pobreza, como son las organizaciones no gubernamentales, el sector público y empresarial (p. 4)

Las investigaciones que han estudiado el impacto de las atribuciones sobre la pobreza, han mostrado que existen relaciones significativas entre la atribución y la

intención de ayuda (Feagin, 1972, 1975; Hine, Montiel, Cookksey y Lewko, 2005; citado en Dakduk, et al. 2010; Kluegel y Smith, 1981). No obstante, estos estudios han sido realizados con muestras que no tienen la suficiente relevancia política y social como para contribuir con la reducción de este fenómeno.

De este modo, el estudio de las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos por parte de grupos con influencia política y social, contribuye con la comprensión de cómo dichos grupos dan explicación a las causas de la pobreza y al comportamiento de los consumidores de bajos ingresos; es por esto que poco a poco la investigación en este campo ha migrado al estudio en muestras políticamente relevantes. Así, en la medida en que se tenga un mayor conocimiento de este fenómeno, podrá trabajarse para optimizar el desarrollo de bienes y servicios pensados para satisfacer las necesidades de este sector de la población.

En este marco, Dakduk, et al. (2010), basándose en las dimensiones de Feagin, realizaron una investigación psicométrica en la que diseñaron un instrumento para medir las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos por parte de gerentes. Se trabajó con una muestra de 204 estudiantes de postgrado y formación ejecutiva de una escuela de negocios, que para el momento de la aplicación ocuparan posiciones en la gerencia media de sus organizaciones. La edad promedio de los participantes fue de 31 años; el 60% de la muestra eran hombres y el 40% mujeres.

Para el diseño de este instrumento, los autores se basaron en una investigación previa, de tipo cualitativa, realizada por Dakduk y Puente (2008) en la que se reportaban 14 categorías obtenidas a partir de un análisis de contenido de las respuestas dadas por los participantes. Dichas categorías obtenidas fueron: son diferentes y diversos, reina la carencia, indigencia como medio de vida, viven mal pero les gusta lo bueno, son consumistas, el tiempo libre: ¿realidad o espejismo?, se benefician del gobierno, expectativas hacia el futuro, conformistas, relación con los hijos, se esfuerzan mucho, progresar es una ilusión en vano, la familia y los amigos como motivadores, y los consumidores de bajos ingresos como trabajadores o

microempresarios. Basándose en este análisis de la investigación previa, se generaron dos grandes categorías: explicaciones internas o disposicionales y externas o ambientales. Los autores diseñaron así un instrumento cuya versión definitiva consta de 19 ítems autoadministrados.

Luego de administrar el instrumento, los autores realizaron un análisis factorial, en el que obtuvieron cinco dimensiones que denominaron altruismo, emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno y autosuficiencia. El factor 1, altruismo, se refiere a la cualidad personal para ayudar a otros. Estos autores encontraron que existe un predominio de atribuciones donde se privilegia la capacidad de estos consumidores para apoyarse los unos a los otros en situaciones difíciles y ser solidarios ante los problemas (Dakduk, et al. 2010).

En el segundo factor, emprendimiento, los autores reportan que los gerentes venezolanos mantienen una visión en donde las personas con desventaja económica son contempladas con rasgos más independientes y con capacidad de salir adelante de su situación; sin embargo no están exentos a realizar atribuciones negativas. Con respecto al tercer factor, orientación al trabajo, los autores encontraron que los gerentes reportan valores medios en cuando a este constructo. Esto indica que la muestra considera que los consumidores de bajos ingresos poseen, en promedio, potencialidad para orientar su situación de pobreza a través de la actividad laboral (Dakduk, et al. 2010).

El cuarto factor, apertura al entorno, se refiere a las atribuciones que realizan los gerentes respecto a las cualidades de alegría, expresividad y apertura; en este factor fue en el que se obtuvieron puntajes más altos, lo que indica que los consumidores de bajos ingresos son percibidos de esta forma por parte de la muestra de gerentes. Finalmente, el quinto factor (autosuficiencia) destaca las atribuciones relacionadas con independencia y orgullo. Los autores encontraron que, para los gerentes encuestados, los consumidores de bajos ingresos poseen una capacidad

promedio para desenvolverse de manera independiente y resolver sus conflictos con poco apoyo de alguna figura del entorno (Dakduk, et al. 2010).

Tomando como referencia el modelo de Feagin, estas cinco dimensiones pueden considerarse dentro de la categoría de atribuciones individualistas, de este modo, un mayor puntaje en cualquiera de los factores implicaría mayores atribuciones de tipo individualista, que implican causas internas y personales que son más estables y difíciles de cambiar.

Con la finalidad de medir las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos, los autores de la investigación ya nombrada (Dakduk, et al. 2010) utilizan dentro de la instrucción del instrumento la frase *consumidores de bajos ingresos* para referirse a este sector de la población. Sin embargo, esta no ha sido la única denominación que se le ha dado a este grupo social; existen diversas investigaciones que los nombran como personas en desventaja económica, grupos de bajo poder adquisitivo, consumidores de bajos ingresos, personas de menos recursos, entre otras (Dakduk, et al. 2010); etiquetas que inciden en los juicios que se realizan hacia este grupo social.

En este sentido, Dakduk, et al. (2010) señalan que la noción de *pobres* acarrea una serie de juicios negativos que influyen en las actitudes, estereotipos y conductas hacia estas personas. El término *pobreza* ha sido considerado como una categoría peyorativa, ya que se asocia a características negativas inherentes a las personas. De este modo, es posible inferir que las diversas connotaciones que se le adjudiquen a este grupo social pudieran tener un impacto en la percepción que se tiene del mismo.

Según Palomar (2005) la noción de "significado psicológico" se refiere al significado conceptual o de contenido que una palabra o frase tiene para determinada persona. En este mismo sentido, según Collins y Loftus (1975, citado en Palomar, 2005) un concepto puede ser representado como un nodo en una red, y las propiedades de ese concepto pueden ser representadas como otros nodos conectados a dicho concepto.

Carroll (2006) considera este fenómeno como un *modelo de activación expandida*. Así, Collins y Loftus (1975; citado en Carroll, 2006) plantean que las palabras representan un léxico interno en forma de red, con una organización de nodos interconectados, donde la distancia entre dichos nodos viene dada por características estructurales y relacionales, y consideraciones taxonómicas tales como el grado de asociación entre conceptos relacionados, y la tipicidad. Adicionalmente, los autores exponen que el proceso de recuperación de información se produce mediante una activación expandida, donde la activación inicia en un único nodo, y luego se expande en paralelo a lo largo de toda la red; de esta forma los conceptos estrechamente relacionados con el nodo activado son más propensos a recibir activación. Puede decirse que al activar un concepto, se activan los nodos relacionados con el mismo, de modo que distintas etiquetas activan distintos conceptos.

Luego de realizar una revisión de las investigaciones relacionadas con atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos y la percepción de pobreza, se observó que los dos términos más frecuentes para referirse a este sector de la población son: *consumidores de bajos ingresos* (Auletta y Puente, 2009; Bruni y González, 2009; Dakduk, 2009; Jimenez y Puente, 2009) y *pobres* o *pobreza* (Cozzarelli, et al. 2001; Nasser, 2007; Nasser y Abuchedid, 2006; Toporek y Pope-Davis, 2005; Palomar y Cienfuegos, 2006).

Con la finalidad de discriminar si existe alguna diferencia en las atribuciones hacia este grupo social en función de la denominación que se le da a los consumidores de bajos ingresos, el instrumento ya descrito se administró en dos modalidades: una haciendo referencia a *personas pobres* y otra haciendo referencia a *consumidores de bajos ingresos*, de modo que la muestra será dividida y se le administrará una versión diferente a cada mitad de la misma.

En este respecto, Prahalad (2005) explica que las personas pobres usualmente son consideradas como víctimas o como un problema, y que si se les reconoce como

personas con iniciativa, con poder creativo y con conciencia de valor, podrían acceder a una gran variedad de oportunidades.

Así, este autor propone integrar a las personas de bajos recursos en un sistema confiable que los involucre como consumidores, presentando soluciones híbridas y mezclando vieja y nueva tecnología. Esto permitiría plantear un sistema de mayor apertura y oportunidades hacia los consumidores de bajos ingresos (Prahalad, 2005).

Prahalad (2005) también plantea que en el momento en que a los consumidores de bajos ingresos se les brinda la oportunidad de formar parte de los sistemas de mercado y pueden obtener un beneficio de las opciones brindadas por este sistema, empieza un proceso de transformación, tanto social como económica, que puede ser de importancia trascendental para estas personas.

Entonces, si se piensa en estas personas como individuos de valor, y se le atribuyen características favorables, es más probable que se les brinden estas oportunidades antes mencionadas y que, por ende, puedan obtener mejores beneficios.

Luego de realizar una revisión exhaustiva de la bibliografía existente en este tema, no se encontraron investigaciones empíricas que plantearan la denominación de los pobres como una variable que tenga efectos en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, siendo Prahalad el autor que hace referencia a esta variable de manera más significativa y a modo de recopilación de datos socioeconómicos. Por esta razón, la variable denominación de los pobres fue incluida en la presente investigación, de modo que esta sirva para ampliar los conocimientos en el comportamiento de esta variable en su relación con las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos. Además, esto constituye una forma de explorar si el comportamiento del instrumento cambia de manera significativa al introducir la variación en la consigna, lo que representa una función psicométrica.

Como se ha mencionado previamente, el estudio de las atribuciones causales hacia los consumidores de bajos ingresos se convierte en un tema relevante para la sociedad. Dichas atribuciones, que se refieren a la forma en que las personas explican las causas de la conducta de los demás; pueden ser de tipo interna o externo basándose en la teoría de Heider (1944, 1958; citado en Worchel et al., 2002).

Según Guallar, et al. (1997), las personas tienen una tendencia a realizar determinados tipos de inferencias causales, manteniéndose estable dicha tendencia tanto a través de las situaciones como del tiempo; o lo que es lo mismo, tienen un *Estilo Atribucional* determinado. Esto quiere decir que aquellas personas con un estilo de atribución interno, van a tender a realizar atribuciones de tipo interno, y viceversa.

En esta línea de investigación, Nasser y Abouchedid (2006) realizaron una investigación con 443 estudiantes universitarios, de los cuales 251 eran libaneses y 192 sur africanos. Para esto, los autores administraron un instrumento con la finalidad de medir locus de control, variables socio-demográficas (nivel socio-económico, país de origen, raza, religión) y las atribuciones causales de los estudiantes hacia la pobreza. Si bien no encontraron diferencias significativas entre los estudiantes libaneses y sudafricanos con respecto al locus de control, sí obtuvieron una relación entre el locus de control externo y las atribuciones de tipo estructuralista (F (1,358)= 4,00, p= 0,046).

En esta misma línea, Palomar y Cienfuegos (2006), realizaron una investigación en una muestra de 918 personas habitantes de la ciudad de México, con edades comprendidas entre 19 y 50 años, que categorizaron en dos grupos: pobres (612) y no pobres (306), con la finalidad de identificar de qué manera algunas variables de personalidad influían en la percepción de pobreza. Para esto se le administró un instrumento a las personas que conformaron la muestra en función de medir las siguientes variables: percepción de redes de apoyo, autoestima, locus de control, estrategias de afrontamiento, motivación al logro, bienestar subjetivo y nivel

de depresión. Los autores encontraron, con respecto al locus de control, que una mayor internalidad (o locus de control interno) indica que las atribuciones hacia la pobreza vienen dadas por cualidades personales, tanto en personas pobres como en no pobres; por el contrario, un mayor grado de externalidad indica que las personas consideran que los pobres están en esa condición debido a causas como el destino y a razones de tipo estructuralista.

Si bien estas investigaciones hacen referencia al locus de control, y no al estilo atribucional; Astudillo y Villagrán (2002, citado en Palomar y Cienfuegos, 2006) definen locus de control como el tipo de causas a las que una persona atribuye las conductas, de modo que cualquier acontecimiento pueda explicarse a través de su propia conducta, habilidades y esfuerzo (locus de control interno), o como consecuencia de las circunstancias, sin relación a sus acciones (locus de control externo). Rotter (1966, citado en Visdómine y Luciano, 2006) afirma que el hecho de que una persona posea un locus de control de tipo interno ayudará a dar cierto tipo de explicación (atribución) para su conducta, la cual será distinta si la persona dispone de un locus de control de tipo externo.

En aproximaciones más recientes, autores como Guallar, et al. (1997), al estudiar el Locus de Control lo denominan Estilo Atribucional, ya que parten de la suposición de que se trata de una variable de personalidad más que una situacional. De este modo, es posible inferir que si una persona tiene un locus de control interno, va a existir en él una tendencia a realizar atribuciones internas (lo que es igual a tener un estilo atribucional interno). Por el contrario, si una persona posee un locus de control externo, tendrá una tendencia a realizar atribuciones de tipo externo (o estilo atribucional externo).

Diversas investigaciones en relación a la atribución han medido la variable sexo, considerándola dentro de las variables controladas, sin embargo, no la han tomado en cuenta al momento de los análisis estadísticos (Lamarche y Tougas, 1979; Amar, Abello, Denegri, Llanos, Jiménez, 2001; Vásquez y Panadero, 2007; Kreidl,

200). Se han encontrado diferencias en relación a la variable sexo, pero los resultados no han sido concluyentes. No obstante, el sexo (femenino o masculino) es una variable que podría afectar el tipo de atribución que pueda tener una persona hacia los consumidores de bajos ingresos.

Una de las pocas investigaciones que toma en consideración esta variable es la realizada por Sun (2001). Este autor llevó a cabo un estudio con el objetivo de evidenciar las diferencias entre estudiantes de trabajo social, y no estudiantes de trabajo social, en relación a las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos. Para esto, administró una escala basada en la utilizada por Feagin en el año de 1972, a una muestra de 130 estudiantes de una universidad del la región sur-occidental de Estados Unidos, elegidos con un muestreo no probabilístico para recolectar la cantidad necesaria de participantes de cada sub-grupo.

El total de estudiantes de trabajo social fue de 65, comprendiendo especialidades de: introducción a la seguridad social, práctica de trabajo social, o seminario de alto nivel de trabajo social; y los estudiantes de especialidades no relacionadas con el trabajo social son 65, de las siguientes carreras: finanzas, empresas y contabilidad, biología, o ingeniería. La edad promedio de los participantes fue de 27,24 años, y hubo un total de 42 hombres y 88 mujeres.

Para realizar comparaciones entre los sub-grupos los investigadores corrieron un análisis de MANCOVA y su posterior análisis ANCOVA. Al tomar en cuenta la influencia del sexo encontró que el impacto de esta variable sobre la atribución variaba dependiendo de si el participante era estudiante de trabajo social o no. Así, los estudiantes de trabajo social presentaron diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a las atribuciones hacia las cusas de la pobreza ($F=3.534$; $p=0.017$). De este modo, los hombres pertenecientes al grupo de estudiantes de trabajo social mostraron mayores puntuaciones en el factor individualista que las mujeres ($M= 6.59$, $M= 4.85$ respectivamente, $p= 0.009$), pero este efecto no era significativo en el grupo de no estudiantes de trabajo social. Además de esto,

encontraron que las mujeres puntuaron más alto en el factor estructuralista (*M*= 7.33, *M*= 5.96 respectivamente, *p*= 0.005).

Otro autor que plantea la relación entre el sexo y las atribuciones acerca de las causas de la pobreza es Hunt (1996), quien realizó un estudio con el objetivo de explorar si existen diferencias étnicas en las creencias sobre la pobreza, si algunas variables psicosociales afectan las creencias sobre la pobreza, y si variables sociodemográficas y psicosociales difieren entre negros, latinos y blancos. La variable dependiente del estudio fue creencias estratificadas, que incluyen interpretaciones individualistas y estructuralistas de la pobreza. La muestra fue seleccionada mediante un muestreo asistido por computadora de una muestra de 5 condados del sur de California. La tasa de respuesta fue del 70%. El total de participantes que respondieron las llamadas fue de 2628, a partir de allí, se realizó una corrección para nivelar las frecuencias de algunas variables, y la muestra quedó conformada por 1990 participantes de los cuales 60.2% eran blancos, 8.7%negros y 31.1% latinos.

Los ítems utilizados para medir las variables dependientes (atribuciones individualistas y estructuralistas acerca de la pobreza) fueron tomados de la investigación realizada por Feagin en 1972. La confiabilidad que obtuvieron para la dimensión estructuralista fue de 0.697, y para la dimensión individualista fue de 0.674. Para medir auto-explicaciones internas o externas, los autores construyeron una escala, cuya confiabilidad fue de 0.551 para auto-explicaciones internas, y 0.647 para auto-explicaciones externas.

Luego de realizar regresiones múltiples incluyendo las variables dependientes e independientes, el autor encontró que es más probable que las mujeres realicen atribuciones acerca de la pobreza de tipo estructuralistas y le den mayor importancia a este tipo de atribuciones que los hombres.

Así, puede decirse que el sexo parece tener una relación con la atribución hacia los consumidores de bajos ingresos, específicamente parece haber una relación entre el sexo masculino y un tipo de atribución individualista.

Otra de las investigaciones en tomar en cuenta el sexo como variable que puede afectar la atribución hacia los consumidores de bajos ingresos, es la realizada por Toporek y Pope-Davis en el año 2005. El objetivo de dicho estudio era investigar la relación existente entre entrenamiento multicultural, actitudes raciales y atribuciones hacia la pobreza. La muestra que emplearon estuvo compuesta de 158 estudiantes de 10 programas de post-grado de los Estados Unidos, 124 eran mujeres y 34 hombres, con un rango de edad entre 21 y 67 años.

Para medir las atribuciones hacia la pobreza utilizaron la *escala de creencias sobre la pobreza* en la cual los participantes tenían que indicar la importancia de 19 explicaciones dadas sobre la pobreza, puntuando cada una del uno (1) al tres (3), donde uno es muy importante y tres no importante. Luego de calcular una correlación bivariada utilizando demografía, entrenamiento general, entrenamiento multicultural, deseabilidad social, actitudes raciales y atribuciones hacia la pobreza, encontraron que el efecto del sexo sobre dichas atribuciones no era significativo.

Los resultados de estas investigaciones previamente mencionadas son inconsistentes y contradictorios. Sin embargo, Sun (2001) empleó como escala de medición de las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos un instrumento basado en los factores de Feagin (1972; citado en Sun, 2001), a diferencia de la investigación realizada por Toporek y Pope-Davis (2005), quienes utilizaron una escala de creencias como forma de medición de la variable mencionada. El trabajo realizado por Feagin (1972; citado en Sun, 2001) es de suma relevancia y ha sido reportado por la mayoría de las investigaciones relacionadas con las atribuciones hacia los consumidores de bajos ingresos, incluyendo la presente investigación, por tanto se toman como referencia los resultados obtenidos en la investigación de Sun (2001).

Esto concuerda con lo expuesto por Robinson y Bell (1978; citado en Palomar, 2005), quienes afirman que los resultados de la relación entre género y atribución acerca de la pobreza no han sido consistentes, sin embargo señalan que, en términos generales, los grupos que se encuentran en condiciones económicas menos favorables, como las mujeres y los jóvenes, es más probable que atribuyan la pobreza a factores estructurales.

También se han encontrado estudios que relacionan la variable género, con la dimensión de localización de la atribución (interna, externa). Tal es el caso de la investigación realizada por Shirazi y Biel (2005). El objetivo fue examinar si el locus y la importancia de las atribuciones causales eran variables mediadoras de los efectos de género e ideología política, sobre el bienestar y provisión social. Adicionalmente, en este estudio se evaluó si las diferencias culturales mediaban el efecto de las atribuciones causales sobre las provisiones sociales.

Para esto se utilizó la información de 14 países, recolectada en un estudio sobre las variaciones culturales en la percepción de la distribución de justicia. Estos países fueron Australia, Francia, Irlanda, Israel, Jamaica, Japón, Holanda, Nueva Zelanda, Noruega, Ontario-Canadá, Quebec-Canadá, Sudáfrica, Suecia y Estados Unidos (Ontario y Quebec son consideradas por separado debido a que se asume que tienen contextos culturales diferentes). La muestra estuvo constituida por 4018 estudiantes de pregrado de ciencias sociales y humanistas, que llenaron un cuestionario presentado como un estudio sobre las percepciones de las actitudes sobre la equidad y justicia social; 2582 fueron mujeres con un promedio de edad de 22,48, y 1436 hombres con edad promedio de 22,60.

Los investigadores obtuvieron como resultados que el género y la ideología política están significativamente relacionados con la importancia dada a las causas externas de la pobreza. Así, los participantes hombres (b= -.23, SE b= .03, $p < .001$) y políticamente más conservadores (b= -.25, SE b= .01, $p < .001$) percibían las causas externas como de menor importancia, que las participantes femeninas y liberales.

Además, se encontró que el género y la ideología política se relacionaron de forma significativa pero débil con el índice de atribución interna, no se observó una diferencia en relación al género sobre la percepción de las causas internas. Sin embargo, esta variable (género) modera la relación positiva y significativa existente entre la ideología política y la importancia percibida de las causas internas (b= .17, SE b= .01, p < .001). A pesar de que el tamaño del efecto sea tan pequeño, la revisión de los coeficientes de interacción (b= .13, SE b= .03, p < .001) evidenció que los hombres con una ideología política de derecha le daban mayor importancia a las causas internas de la pobreza que las mujeres. Y, por el contrario, los hombres con ideología política de izquierda percibían las causas internas como menos importantes que las mujeres.

Como se mencionó anteriormente, las investigaciones realizadas en este campo, en su mayoría, han tomado en cuenta muestras con poca relevancia social.; con la finalidad de saldar esto, la presente investigación se enfoca en un grupo que se considera política y socialmente relevante. De este modo, la muestra estará compuesta por estudiantes de postgrados gerenciales, ya que se asume que estas personas, por pertenecer al ámbito gerencial, poseen, en cierta medida, poder de decisión y acción en su ámbito laboral, y por ende, dicha relevancia anteriormente mencionada.

Con base en todo lo expuesto anteriormente en la revisión bibliográfica, se propone como propósito general de Investigación lo siguiente:

Evidenciar si existen diferencias estadísticamente significativas en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, en función del estilo atribucional (interno o menos interno), la denominación de los pobres (consumidores de bajos ingresos o pobres) y sexo (masculino o femenino), en una muestra de estudiantes de post grados gerenciales de la zona metropolitana de Caracas.

II. Método

Problema

¿Cuál es la relación entre el sexo, la denominación de los consumidores de bajos ingresos y el estilo atribucional, sobre la atribución hacia los consumidores de bajos ingresos?

Hipótesis

Hipótesis General

Existe una relación entre el sexo, el estilo atribucional, la denominación de los pobres, y la atribución hacia los consumidores de bajos ingresos.

Hipótesis Específicas

1. Existen diferencias entre el sexo masculino y el sexo femenino en cuanto a la atribución hacia los consumidores de bajos ingresos.
2. La denominación "consumidores de bajos ingresos" se relaciona con atribuciones más favorables hacia los consumidores de bajos ingresos.
3. Un estilo atribucional interno se relaciona con atribuciones más favorables hacia los consumidores de bajos ingresos.

Variables

Variable Dependiente

Atribución hacia los consumidores de bajos ingresos

Definición conceptual: proceso a través del cual las personas identifican y establecen causas del comportamiento de los demás para conocer sus disposiciones y características estables (Heider, 1958; Baron y Byrne, 2004). En la presente investigación se refiere específicamente a las explicaciones que las personas realizan acerca de la conducta de los consumidores de bajos ingresos.

Definición operacional: puntaje obtenido en la escala de Atribución hacia los Consumidores de Bajos Ingresos, realizada por Dakduk, Gonzalez y Malavé (2010) la escala posee un coeficiente de confiabilidad de 0.88 (Alpha de Cronbach), y consta de 19 ítems con características, donde la persona debe responder según la intensidad con la que considere que los consumidores de bajos ingresos poseen dicha característica, el tipo de respuesta es likert y va del 1 al 5, donde 1 significa poca y 5 mucha intensidad de esa característica. Los ítems de esta escala se agrupan en cinco dimensiones: altruismo, emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno, autosuficiencia.

Variables Independientes

Estilo atribucional

Definición conceptual: tendencia de las personas a realizar determinados tipos de inferencias causales, manteniéndose estable dicha tendencia tanto a través de las

situaciones como del tiempo; aquellas personas con un estilo de atribución interno, van a tender a realizar atribuciones de tipo interno, y viceversa (Guallar et al. 1997).

Definición operacional: puntaje obtenido en la versión adaptada del Cuestionario Extendido de Estilo Atribucional (Guallar et al. 1997), la cual está compuesta de 24 situaciones hipotéticas, donde los participantes deben imaginarse a sí mismos vívidamente en cada situación y escribir la causa principal que ellos consideran pudo originar la situación, luego esta causa es evaluada por el mismo participante en una escala de la dimensión de internalidad de la atribución, con tipo de respuesta likert que va del uno al siete, donde en el primer polo (uno) implica que la causa es "totalmente debido a otras personas y circunstancias", y el otro polo (siete) implica "totalmente debido a mi". El puntaje mínimo de la escala es de 24, y el puntaje máximo de 168. Puntajes obtenidos por encima de la mediana ubicarían a la persona en una categoría de estilo atribucional interno; puntajes inferiores a la mediana ubicarían a los participantes en la categoría de atribuciones menos internas. Mayores puntajes obtenidos en la escala implican un estilo atribucional más interno.

Sexo

Definición conceptual: Condición orgánica, masculina o femenina, de los animales y las plantas (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2001).

Definición operacional: respuesta a una pregunta en la que la persona debe especificar su sexo, a saber, femenino o masculino. La opción femenino será codificada con el valor 0, y la opción masculino se codificará con el valor 1.

Denominación de los pobres

Definición conceptual: Nombre, título o sobrenombre con que se distinguen las personas y las cosas (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española,

2001). Para la presente investigación se hará en referencia al nombre dado a los consumidores de bajos ingresos.

Definición operacional: administración de la mitad de las encuestas con la denominación “pobres” en el enunciado, y la otra mitad llevará en el enunciado la denominación “mercado de las mayorías”. La denominación “pobres” será codificada con el valor 0, y “mercado de las mayorías” con 1.

Variables a Controlar

Nivel de instrucción de la población, mediante la homogeneización, tomando estudiantes de post-grado de la Universidad Católica Andrés Bello, de modo que todos los individuos encuestados hayan culminado estudios de pre-grado.

Constancia en la secuencia de administración de los instrumentos, donde los mismos serán administrados, de forma intencional, en un mismo orden para cada uno de los participantes.

Instrucciones de aplicación estandarizadas, donde a todos los participantes se les presentará las mismas instrucciones por escrito.

Diseño de Investigación

Según el grado de control, el presente estudio es de tipo experimental, ya que se manipula por lo menos una variable independiente (Kerlinger y Lee, 2002). Se trata de un experimento de campo, dado que consiste en un estudio realizado en una situación real, donde la variable manipulada se controla tanto como la situación lo permite (Kerlinger y Lee, 2002).

Es un diseño transversal, donde se busca "la descripción de las características de la población o las diferencias entre dos o más poblaciones en algún momento particular" (Shaughnessy, Zechmeister y Zechmeister, 2007). Además, es de tipo inferencial, ya que se infieren relaciones a partir de diferencias significativas entre dos o más medidas (Kerlinger y Lee, 2002). Se utilizó un análisis de varianza de un factor para grupos independientes, en el cual se busca comprobar la existencia de diferencias estadísticamente significativas en una medida de la variable independiente, en función de las variables dependientes o de agrupación (Kerlinger y Lee, 2002).

La variable a ser tomada como dependiente es la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, y las independientes son estilo atribucional, denominación de los pobres y sexo.

Población y Muestra

Población.

Estudiantes de post-grado de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), sede Caracas, Montalbán, Universidad Metropolitana (UNIMET), Universidad Monte Ávila (UMA) y Centro Internacional de Actualización Profesional (CIAP); que para el momento de la investigación ocuparan cargos en la gerencia media de sus organizaciones.

Muestra Piloto

La muestra piloto consta de 120 estudiantes de post-grado de las especialidades de: gerencia de proyectos, economía empresarial, ciencias económicas y administración de empresas de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), que para el momento de la investigación ocuparan cargos en la gerencia media de sus organizaciones. De de ellos, 59 fueron mujeres y 61 hombres. La aplicación fue realizada directamente por las investigadoras, y tuvo lugar los días jueves 20, lunes 24 y martes 25 de enero de 2011, a las 6 de la tarde, en las aulas correspondientes a cada especialidad. Seleccionadas por medio de un muestreo no probabilístico e intencional, en el que se eligieron las personas que cumplían con determinadas condiciones, y que estaban disponibles para el momento de la investigación (Kerlinger & Lee, 2002).

De los estudiantes de postgrado fueron seleccionados aquellos participantes con cargos de gerentes, coordinadores, y otros en los que los mismos tengan personal bajo su dirección, lo que los coloca en una posición de influencia social, y los hace relevantes para este estudio.

Muestra Definitiva

La muestra definitiva estuvo conformada por 240 personas, todos estudiantes de postgrados gerenciales de las siguientes instituciones: Universidad Metropolitana (UNIMET) de las especialidades administración mención gerencia de empresas, gerencia pública, gerencia de sistemas, recursos humanos y gerencia tributaria de empresas; Universidad Monteávila (UMA) especialidades de comunicación organizacional, y planificación, desarrollo y gestión de proyectos; y Centro Internacional de Actualización Profesional, especialidades de dirección económico-financiera de empresas y gestión de marketing. De ellos 142 fueron mujeres, y 98 hombres, que representan el 59.2% y 40.8% respectivamente. La aplicación fue

realizada directamente por las investigadoras, y tuvo lugar en el mes de mayo de 2011, en las alas correspondientes a las especialidades ya mencionadas. La muestra fue seleccionada mediante un muestreo no probabilístico e intencional, en el que se eligieron las personas que cumplían con determinadas condiciones, y que estaban disponibles para el momento de la investigación (Kerlinger & Lee, 2002).

De la muestra total, 120 personas completaron la escala de atribución causal hacia los consumidores de bajos ingresos con la denominación "personas pobres", y 120 con la etiqueta "consumidores de bajos ingresos"

De los estudiantes de postgrado fueron seleccionados aquellos participantes con cargos de gerentes, coordinadores, y otros en los que los mismos tengan personal bajo su dirección, lo que los coloca en una posición de influencia social, y los hace relevantes para este estudio.

Instrumentos

Descripción general del instrumento final de estudio

El instrumento administrado a la muestra final, incluyó, en primer lugar, los datos de identificación (sexo y cargo laboral que ocupa actualmente), seguido de las instrucciones generales del cuestionario, resaltando que se trataba de una investigación con fines académicos y asegurando la confiabilidad de la información.

Seguidamente se encontraba la escala de estilo atribucional, señalándose las instrucciones especificas de la misma; finalmente la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, con sus instrucciones respectivas, y un agradecimiento por la colaboración de los participantes. A continuación se describirán de manera detallada cada una de las escalas.

Escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Escala creada por Dakduk, et al. (2010), para la medición de las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos, en un estudio de campo de 204 gerentes de diferentes áreas de negocio, la cual arrojó un coeficiente de confiabilidad de 0.88 (Alpha de Cronbach), y consta de 19 ítems que enuncian diversas características, donde el sujeto debe responder según la intensidad con la que considere que los consumidores de bajos ingresos poseen dicha característica. El tipo de respuesta es likert y va del uno al cinco, donde uno significa poca y cinco mucha intensidad de esa característica. Los resultados se agrupan en cinco dimensiones, a saber: altruismo, emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno, autosuficiencia. Esta escala posee un puntaje mínimo de 19, y un puntaje máximo de 95.

Se procedió a la realización de un estudio piloto de esta escala, con el objetivo de confirmar su validez y confiabilidad en la población del presente estudio.

Escala de estilo atribucional

Para la medición de la variable estilo atribucional, se realizó una adaptación al Cuestionario Extendido de Estilo Atribucional (Expanded Attributional Style Questionaire) creado por Peterson y Villanova (1988). Dicho cuestionario consta de 24 situaciones hipotéticas, todas negativas, en las que los participantes deben imaginarse a sí mismos vívidamente, y escribir la causa principal que ellos consideran pudo originar la situación. Luego, esta causa es evaluada por el mismo individuo en tres escalas de respuesta tipo likert que van del uno al siete. Cada escala está relacionada con las dimensiones de la atribución, a saber, internalidad, estabilidad y globalidad. Los participantes también deben evaluar el grado de importancia de cada situación en una escala del uno al siete. Para efectos de la presente investigación únicamente se consideró la dimensión de internalidad.

La versión inicial de la adaptación consta de las 24 situaciones hipotéticas originales. En esta adaptación los participantes deben imaginarse en cada situación, pensar cuál es la posible causa principal de la misma y finalmente valorar esa causa en función de la dimensión de internalidad de la atribución. Para esto, los participantes deben marcar en una escala tipo likert que va del uno al siete, donde el primer extremo (uno) implica que la causa es "totalmente debido a otras personas y circunstancias", y el otro (siete) implica que la causa se debe al individuo ("totalmente debido a mi"). Mayores puntajes obtenidos en la escala implican un estilo atribucional más interno.

Se procedió a la realización de un estudio piloto de esta escala, con el objetivo de evaluar la adaptación del lenguaje, dado que la escala no ha sido validada en nuestro país.

Los puntajes obtenidos en esta escala fueron dicotomizados a partir de la mediana, de modo que las personas cuyo puntaje se encontrara por debajo de esta entraron en la categoría de estilo atribucional menos interno, y aquellas con un puntaje por encima de la mediana fueron asignadas a la categoría de estilo atribucional más interno.

Escala de sexo

Pregunta de tipo de respuesta dicotómica donde el participante debe especificar su género, a saber, femenino o masculino. La opción femenino será codificada con el valor 0, y la opción masculino se codificará con el valor 1. Así el puntaje máximo posible es 1 y el mínimo es 0.

Procedimiento

Todas las escalas del estudio fueron sometidas a la evaluación de cinco jueces, expertos pertenecientes a las siguientes áreas: metodología, psicometría, psicología social y estadística. Luego se realizaron las modificaciones indicadas por los jueces, obteniendo la versión completa del instrumento.

Se procedió a la aplicación de la versión completa del instrumento a una muestra piloto de 120 personas voluntarias, seleccionadas por medio de un muestreo no probabilístico e intencional, en el que se eligieron los participantes que cumplían con determinadas condiciones, y que estaban disponibles para el momento de la investigación (Kerlinger & Lee, 2002). Dicha muestra estuvo formada por estudiantes de post-grado de las especialidades de: gerencia de proyectos, economía empresarial, ciencias económicas y administración de empresas de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), que para el momento de la investigación ocuparan cargos en la gerencia media de sus organizaciones, 59 de ellos de sexo femenino y 61 de sexo masculino. Esta muestra fue escogida por poseer características similares a la muestra final. Todos los datos fueron codificados y tabulados en el programa estadístico SPSS versión 17.0.

Finalmente, se realizaron las modificaciones pertinentes a la luz de los resultados obtenidos y analizados, y se obtuvo el instrumento definitivo (ver ANEXO A).

Posteriormente se procedió a aplicar las escalas definitivas a estudiantes de post-grado, que para el momento de la investigación ocuparan cargos en la gerencia media de sus organizaciones gerenciales de la Universidad Metropolitana (UNIMET), Centro Internacional de Actualización Profesional (CIAP), y Universidad Monte Ávila (UMA). Los datos obtenidos en esta aplicación se codificaron y tabularon en el programa SPSS versión 17.0. Por último se realizó el análisis psicométrico de los instrumentos, para obtener su validez y confiabilidad. También se analizaron los

estadísticos descriptivos de la escala. Se llevaron a nueve análisis de varianza ANOVA, para verificar la existencia de diferencias estadísticamente significativas, en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, incluyendo sus dos dimensiones, en función del estilo atribucional, la denominación de los pobres y el sexo.

Estudio piloto

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Esta versión del instrumento fue sometida a la evaluación de cuatro jueces expertos, dos de ellos dedicados al área psicométrica, otro al área metodológica y otro al ámbito de psicología social. Los resultados de esta evaluación arrojaron que no eran necesarias modificaciones estructurales, ni de ningún tipo, por lo que la escala permaneció igual que la original.

Adicionalmente se realizó un análisis factorial con rotación varimax y autovalor de 1,5. A partir de este análisis se obtuvieron dos factores que explican el 45.7% de la varianza obtenida. Para la inclusión de los ítems en las dimensiones, se consideró el criterio de cargas factoriales mayores a 0.45. El factor 1 explica el 26.69% de la varianza, y está conformado por los ítems 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 13, 14 y 15 (emprendedores, trabajadores, responsables, luchadores, honestos, exitosos, optimistas, comunicativos, independientes, orgullosos y ambiciosos). Este factor fue denominado “orientación al trabajo”. Agrupa los factores emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno y autoeficacia, obtenidos en la escala original. En él se reúnen características relacionadas con la inclinación de las personas hacia el logro de metas y de proyectos, y la búsqueda del progreso laboral.

Por su parte, el factor 2 explica el 19.01% de la varianza, y está compuesto por los ítems 9, 11, 12, 16, 17, 18 y 19 (generosos, cariñosos, alegres, sencillos,

nobles, solidarios y colaboradores. Este factor fue llamado “altruismo”, ya que corresponde al factor que obtenido en la escala original que lleva el mismo nombre. Según los autores, este factor “agrupa aquellas características relativas a la capacidad para actuar en beneficio de otros de forma desinteresada, aún en detrimento de la propia humanidad” (Dakduk, et al., 2010).

Tabla 2.

Matriz de componentes rotados para la Escala de Atribución Causal hacia los Consumidores de Bajos Ingresos en la muestra piloto

	Dimensiones	
	Orientación a lo laboral	Altruismo
1- Emprendedores	**.742**	.183
2- Trabajadores	**.683**	.285
3- Responsables	**.771**	.213
4- Luchadores	**.763**	.208
5- Honestos	**.560**	.338
7- Exitosos	**.764**	.075
8- Optimistas	**.576**	.304
10- Comunicativos	**.483**	.210
13- Independientes	**.623**	.232
14- Orgullosos	**.458**	.037
15- Ambiciosos	**.652**	-.079
9- Generosos	.367	**.492**
11- Cariñosos	.075	**.691**
12- Alegres	.194	**.483**
16- Sencillos	-.116	**.697**
17- Nobles	.177	**.790**
18- Solidarios	.270	**.781**
19- Colaboradores	.287	**.638**
6- Familiares	-.125	.098

El ítem número 6 no cargó en ninguno de los factores obtenidos; además se obtuvo una correlación negativa de -0.054 entre este ítem y los demás que componen la escala. Adicionalmente, se evidenció que al eliminar este ítem la confiabilidad total del instrumento aumentaba de 0.788, a 0.886 (Alpha de Cronbach). De este modo, para la escala final se eliminó este ítem, ya que no tiene un aporte significativo en la medición de la variable. (Ver matriz rotada en Anexo B).

Los datos obtenidos en esta aplicación se codificaron y tabularon en el programa SPSS (versión 17.0). Luego de analizar los mismos, se observó que la escala posee un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0.875, lo que indica una alta confiabilidad por consistencia interna.

La escala final consta de 18 ítems que enuncian características, donde el sujeto debe responder según la intensidad con la que considere que los consumidores de bajos ingresos las poseen. El tipo de respuesta es likert y va del uno al cinco, donde uno significa poca y cinco mucha intensidad de esa característica (ver ANEXO B).

Adicionalmente, con esta escala se midió la variable denominación de pobreza. De modo que la mitad de las encuestas administradas poseían en la consigna la frase “personas pobres”, para referirse al sector de la población sobre el cual los participantes deben realizar las atribuciones. La otra mitad llevó en el enunciado la denominación “consumidores de bajos ingresos”. La denominación “personas pobres” fue codificada con el valor 0, y “consumidores de bajos ingresos” con 1. El puntaje máximo posible es 1, y el puntaje mínimo es 0.

Escala de estilo atribucional

Para el análisis de validez, la primera versión del instrumento fue sometida a la evaluación de cuatro jueces expertos, dos de ellos dedicados al área psicométrica,

otro al área metodológica y otro al ámbito de psicología social. Los resultados de esta evaluación arrojaron que no eran necesarias modificaciones estructurales, sin embargo se realizaron cambios en la redacción de algunos ítems y la distribución espacial de la escala, sugeridos por los jueces.

Los datos obtenidos en esta aplicación se codificaron y tabularon en el programa SPSS (versión 17.0). Una vez corridos los datos se obtuvo un coeficiente de confiabilidad alpha de Cronbach de 0.89, lo que indica que el instrumento posee una consistencia interna alta. Al observar los datos obtenidos se evidenció que no es necesaria la eliminación de ningún ítem de la escala, ya que todos tienen un aporte significativo en la confiabilidad y esta no aumenta al eliminar ninguno de ellos.

Así, la escala final quedó conformada por 24 ítems con situaciones hipotéticas, todas negativas, en las que los participantes deben imaginarse vívidamente a sí mismos, y pensar en la causa de dicha situación y luego evaluar dicha causa función de la dimensión de internalidad de la atribución. Los participantes deben marcar en una escala tipo likert que va del uno al siete, donde el primer extremo (uno) implica que la causa es "totalmente debido a otras personas y circunstancias", y el otro (siete) implica que la causa se debe al individuo ("totalmente debido a mi"). Mayores puntajes obtenidos en la escala implican un estilo atribucional más interno. Para esta versión definitiva, se modificó la redacción de uno de los ítems que, al momento de la administración en la prueba piloto, se observó que causó confusión entre los participantes; además se modificó el orden de aparición de las instrucciones y otros aspectos de forma del instrumento (ver ANEXO C).

Consideraciones Éticas

Para fines de la investigación presente, se tomaron en cuenta las normativas expuestas en Kelinger y Lee (2002). En este sentido, se garantizó que la información

fuese presentada de forma objetiva y precisa, sin realizar modificaciones ni tergiversar los resultados obtenidos. Además, se garantizó la confidencialidad de los resultados arrojados por la investigación garantizando al "participante que los datos que se obtengan de él estarán salvaguardados; es decir que la información obtenida del participante no será revelada al público de manera que se le puede identificar" (Kerlinger y Lee, 2002, p. 399) y que solo será utilizada con fines de investigación.

Adicionalmente, en base a lo expuesto por Salkind (1981), serán tomadas en cuenta las siguientes consideraciones: las personas a las que se administrarán los instrumentos poseen la libertad absoluta de aceptar o rechazar la participación en la investigación, de igual forma será informados sobre los objetivos, alcances y naturaleza de la investigación. El estudio se llevará a cabo bajo la supervisión de personas técnicamente entrenadas y científicamente certificadas, y los autores de la misma tomarán responsabilidad sobre la divulgación a cabalidad de los resultados obtenidos.

Por último, si el participante lo solicita, se le garantiza compartir los resultados obtenidos en este estudio con el objetivo de disipar cualquier duda o discrepancia en caso de que estas existieran. (Escuela de Psicología de la Universidad Católica Andrés Bello, 2002).

III. Análisis de Resultados

La muestra definitiva estuvo conformada por 240 personas, 142 mujeres, y 98 hombres, que representan el 59.2% y 40.8% respectivamente. De la muestra total, 120 personas completaron la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos con la denominación "personas pobres", y 120 con la etiqueta "consumidores de bajos ingresos".

Para la muestra femenina, 75 de las mujeres participantes (31.3% de la muestra total) completaron la escala con la etiqueta "personas pobres", y 67 (27.9% de la muestra total) con la etiqueta de "consumidores de bajos ingresos". Para la muestra masculina 45 de los hombres participantes (18.8% de la muestra total) completaron la escala con la etiqueta de "personas pobres", y 53 (22.1% de la muestra total) completaron la escala con la etiqueta "consumidores de bajos ingresos".

Para conocer la confiabilidad de las escalas se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach. Adicionalmente para la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos se corrió un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax, y con autovalor de 1,5 para la obtención de los factores.

Con la finalidad de evaluar el comportamiento de los datos obtenidos en las diferentes variables, una vez realizados los análisis de confiabilidad y validez para cada escala, se calcularon los estadísticos descriptivos correspondientes para cada variable, incluyendo las dimensiones de cada una de ellas, donde se consideraron indicadores de tendencia central, dispersión y forma.

Escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Se obtuvo un coeficiente alpha de Cronbach de 0.874, con una N de 222 personas, lo que indica que el instrumento posee una alta confiabilidad por consistencia interna. Al analizar la correlación entre cada ítem y la escala final, se observó que en todos los casos se trata de una correlación media-alta (siendo el mínimo 0.204 y el máximo 0.645). Adicionalmente, se observó que la consistencia interna del instrumento no varía significativamente al eliminar ninguno de los ítems.

Posteriormente, se realizó un análisis factorial, fijando como criterio de carga factorial 0.35. Los resultados obtenidos evidencian una solución de 2 factores que explican el 44.886% de la varianza total (ver ANEXO E). Los ítems se distribuyeron tal y como se resume en la siguiente tabla:

En el primer factor, que explica el 24.385% de la varianza total (con un autovalor de 6.111), cargaron los ítems: 5 (honestos), 8 (optimistas), 10 (comunicativos), 11 (cariñosos), 15 (ambiciosos), 16 (sencillos), 17 (nobles), 18 (solidarios). A este factor se le asignó el nombre de "altruismo", ya que corresponde al factor que obtenido en la escala original, que lleva el mismo nombre. Según los autores, este factor "agrupa aquellas características relativas a la capacidad para actuar en beneficio de otros de forma desinteresada, aún en detrimento de la propia humanidad" (Dakduk, et al., 2010).

El segundo factor explica el 20.501% de la varianza total (con un autovalor de 1.968) y está compuesto por los ítems: 1 (emprendedores), 2 (trabajadores), 3 (responsables), 4 (luchadores), 6 (familiares), 7 (exitosos), 12 (alegres), 13 (independientes), 14 (orgullosos). El nombre designado a este factor fue "orientación al trabajo". Agrupa los factores emprendimiento, orientación al trabajo, apertura al entorno y autoeficacia, obtenidos en la escala original. En él se reúnen características relacionadas con la inclinación de las personas hacia el logro de metas y de proyectos, y la búsqueda del progreso laboral.

El ítem número 9 (generosos) no alcanzó un valor que permitiera ser asignado a ninguno de los factores obtenidos, de modo que no fue tomado en cuenta para los análisis posteriores

A partir de este análisis, la variable atribución causal hacia los consumidores de bajos ingresos se dividió en dos variables en el modelo final. De forma que se obtuvo un valor para cada una de las personas en cada una de estas variables.

Tabla 3.

Matriz de componentes rotados para la Escala de Atribución Causal hacia los Consumidores de Bajos Ingresos

	Dimensiones	
	Altruismo	Orientación al trabajo
1- Emprendedores	.133	**.678**
2- Trabajadores	.492	**.515**
3- Responsables	.435	**.626**
4- Luchadores	.366	**.625**
6- Familiares	.209	**.715**
7- Exitosos	.337	**.385**
12- Alegres	.162	**.618**
13- Independientes	.001	**.475**
14- Orgullosos	-.237	**.628**
5- Honestos	**.520**	.483
8- Optimistas	**.646**	.283
10- Comunicativos	**.640**	.142
11- Cariñosos	**.542**	.130
15- Ambiciosos	**.650**	-.079
16- Sencillos	**.759**	.121
17- Nobles	**.790**	.088
18- Solidarios	**.724**	.312

Escala de estilo atribucional

Se obtuvo un coeficiente de Alpha de Cronbach de 0.897, con una N de 181 personas. Esto indica que la escala posee una alta confiabilidad por consistencia interna. Luego de analizar el coeficiente de correlación al eliminar cada ítem, se observó que esta no aumenta de forma significativa con la eliminación de ninguno.

Análisis descriptivo

En cuanto a la *atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos* (n=222), escala que consta de 18 ítems, la puntuación mínima obtenida fue de 24.00, y la puntuación máxima fue 124.00 (siendo el rango de puntuación posible de 18 a 90), la media aritmética obtenida fue de 104.337, una desviación típica de 22.86 y una asimetría -0.694, reflejando una asimetría negativa, lo que quiere decir, que la mayoría de los participantes presentaron puntajes altos en esta variable, y estos se distribuyen de forma leptocúrtica (K= 0.525). De este modo, los participantes mostraron una tendencia a percibir a los consumidores de bajos ingresos como altruistas y orientados al trabajo.

Con respecto al factor altruismo, se observó un valor mínimo de 10 y un valor máximo de 41, con una media de 28.34 y desviación típica de 5.839. Se obtuvo una asimetría de -0.496, y una curtósis de 0.499. Esto indica que los datos se distribuyen de forma uniforme.

En este factor se obtuvo un valor mínimo de 10 y un valor máximo de 45, con una media de 28.03, y desviación típica de 6.435, asimetría de 0.017 y curtósis de -0.145, lo que indica que los datos se distribuyen uniformemente.

En la escala de *estilo atribucional* (n=181), que consta de 24 ítems, se observó una puntuación mínima de 36, y una máxima de 150 (siendo el rango de puntuación posible de 24 a 168) la media aritmética fue de 104.337, con una desviación típica de

22.861, asimetría de -0.694 y curtosis 0.525. Esto indica que los datos presentan una tendencia hacia los puntajes más altos de la distribución, y los mismos se distribuyen de forma leptocúrtica.

Para la muestra de personas con estilo atribucional menos interno (n=92) se observó un puntaje mínimo de 24 y uno máximo de 124 150 (siendo el rango de puntuación posible de 24 a 168), con una media de 60.411, desviación estándar de 12.955, asimetría de 1.283 y curtósis de 6.53. Esto indica que se trata de una distribución marcadamente leptocúrtica y con tendencia a ubicarse en el extremo inferior de la curva, lo que quiere decir que las personas con estilo atribucional menos interno tienden a percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas poco altruistas y orientadas al trabajo.

Por otra parte, las personas con un estilo atribucional más interno (n=89) obtuvieron un puntaje mínimo de 27 y uno máximo de 84 150 (siendo el rango de puntuación posible de 24 a 168), presentando una media de 58.430, desviación estándar de 11.487, asimetría de -0.21 y curtósis de 0.177. Así, puede decirse que se trata de una muestra que se distribuye uniformemente.

En general puede decirse, para ambas muestras, que los estadísticos de tendencia central se ven modificados por la presencia de datos extremos, con lo cual estos valores no son representativos de la tendencia central de las distribuciones (ver ANEXO F).

Al considerar la variable *denominación de los pobres*, se observó que, para la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, las personas que respondieron bajo la etiqueta "personas pobres" (n=112), obtuvieron un valor mínimo de 28 y un valor máximo de 85, con una media de 59.705, una desviación típica de 9.974, y una asimetría positiva de 0.204. Esto indica que los datos se distribuyen uniformemente. Además, se obtuvo una curtósis de 0.549, lo que indica que los datos se distribuyen de forma leptocúrtica. Puede decirse que no se observó una tendencia marcada por parte de los participantes que respondieron la escala con

esta denominación a percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas más, o menos orientadas al trabajo y con características altruistas (ver ANEXO F).

En cuanto a la denominación “consumidores de bajos ingresos” (n=110), se obtuvo un puntaje mínimo de 24, y uno máximo de 124, una media de 60.036, desviación típica de 13.821, asimetría de 0.675 y curtósis de 3.419. Esto habla de que los datos tienden a agruparse en la parte inferior de la distribución, y los mismos presentan forma platicúrtica. Así, se puede decir que las personas que respondieron la escala con esta denominación, tendieron a percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas poco altruistas y orientadas al trabajo (ver ANEXO F).

Considerando la variable *sexo*, se encontró que, para la escala de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, las mujeres (n=131) obtuvieron un puntaje mínimo de 27 puntos, y uno máximo de 124, con una media de 60.137 y desviación típica de 12.853. Además de esto, se observó que el grupo femenino obtuvo, para esta variable, una asimetría positiva de 1.065 y una curtósis de 3.702, lo que indica que los valores tienden a agruparse en un rango de menores puntajes y se distribuyen de forma leptocúrtica. Así, se observa que las mujeres de la muestra final mostraron una tendencia percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas poco altruistas y orientadas al trabajo (ver ANEXO F).

Por su parte, el grupo masculino (n=91) obtuvo un puntaje mínimo de 24 y uno máximo de 84, con una media de 59.483, desviación de 10.734, asimetría negativa de -0.709 y curtósis de 1.357. Esto indica que los valores para esta muestra tienden a agruparse en un rango de mayores puntajes, y se distribuyen de forma leptocúrtica. De este modo, puede decirse que los hombres de la muestra final tienden percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas altruistas y orientadas al trabajo.

A continuación se presenta una tabla con los estadísticos descriptivos por variable:

Tabla 4.

Estadísticos descriptivos por cada variable.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica	Varianza	Asimetría	Curtosis
Estilo Atribucional	181	36.00	150.00	104.337	22.861	522.669	-0.694	0.525
Estilo Atribucional menos Interno	92	24.00	124.00	60.411	12.955	167.840	1.283	6.530
Estilo Atribucional más Interno	89	27	84	58.430	11.487	131.966	-0.210	0.177
Atribución Causal	222	24.00	124.00	59.869	12.008	144.214	0.574	3.303
Factor Altruismo	232	10.00	41.00	28.340	5.839	34.104	-0.496	0.499
Factor Orientación al trabajo	226	10.00	45.00	28.035	6.435	41.412	0.017	-0.145

Análisis de varianza

Para realizar el análisis de varianza, se corrió un ANOVA para cada una de las variables de agrupación (estilo atribucional, denominación de los pobres y sexo), en función de los dos factores obtenidos en la variable atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, y en función del puntaje total obtenido para esta escala; obteniendo un total de siete análisis de varianza.

Previo al análisis de varianza (ANOVA) para la variable estilo atribucional se comprobó que se cumplen los supuestos de homocedasticidad (Coeficiente de Levine= 0.042; sig. 0.838), y normalidad. Se observa que el grupo de estilo

atribucional interno no difiere significativamente del grupo de estilo atribucional menos interno, en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos.

De igual forma, para la variable denominación de los pobres se cumple el supuesto de homocedasticidad (Coeficiente de Levine= 2.540; sig. 0.112), y el de normalidad. No se observó un efecto significativo de las denominaciones "personas pobres" y "consumidores de bajos ingresos" sobre la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos (sig. 0.691; F= 0.159). Por último, para la variable sexo, no se cumple con el supuesto de homocedasticidad (Coeficiente de Levine= 6.267 sig. 0.013), mientras que si se cumple el de normalidad. Se observó que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación a la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos (sig 0.838; F= 0.042), sin embargo estos resultados no son concluyentes ya que no se cumple con todos los supuestos del análisis.

Con respecto a los análisis de varianza para cada factor de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, se obtuvo que para la dimensión altruismo no existen diferencias significativas entre los hombres y las mujeres (sig. 1.94; F= 1.696), habiéndose comprobado antes los supuestos de homocedasticidad y normalidad (Levene= 1.962; sig. 0.163). Tampoco se observan diferencias significativas en cuanto a la denominación de los pobres (sig. 0.411; F= 0.678; Levene= 1.192; sig. 0.276)) ni se obtuvieron diferencias en relación al estilo atribucional interno y menos interno (sig. 0.740; F= 0.110; Levene= 0.324; sig. 0.570).

Para la dimensión orientación al trabajo, no se encontraron diferencias significativas en función del sexo (sig. 0.398; F= 0.718; Levene= 1.503; sig. 0.221), denominación de los pobres (sig. 0.512; F= 0.431; Levene= 2.132; sig. 0.146), y estilo atribucional (sig. 0.225; F= 1.481; Levene= 0.558; sig. 0.456).

IV. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo evidenciar si existían diferencias estadísticamente significativas en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, en función del estilo atribucional (más interno o menos interno), la denominación de los pobres (consumidores de bajos ingresos o pobres) y el sexo (masculino o femenino), en una muestra de estudiantes de post grados que ocupan posiciones en la gerencia media de sus organizaciones en empresas nacionales y multinacionales ubicadas en la zona metropolitana de Caracas.

Al analizar la variable atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos se encontraron dos dimensiones: altruismo y orientación al trabajo. En ambas dimensiones, se observó que la muestra asignó puntajes promedios a los consumidores de bajos ingresos respecto a estas características, lo que implica que en general los consumidores de bajos ingresos son considerados como personas moderadamente altruistas y orientadas al trabajo.

En cuanto al género, se evidenció que los hombres tienden a considerar que los consumidores de bajos ingresos son más altruistas y orientados al trabajo que las mujeres, sin embargo estas diferencias no fueron significativas. Esto contradice lo esperado de acuerdo con la hipótesis prevista en la presente investigación, en la que se planteó que las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos serían significativamente diferentes entre hombre y mujeres. Esto es consistente con Sun (2001), quien realizó una investigación con el objetivo de evidenciar las diferencias entre estudiantes de trabajo social, y no estudiantes de trabajo social, en relación a las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos, en una muestra de 130 estudiantes de una universidad del la región sur-occidental de Estados Unidos; encontrando que los hombres pertenecientes al grupo de estudiantes de trabajo social mostraron mayores puntuaciones en el factor individualista que las mujeres (M= 6.59,

M= 4.85 respectivamente, *p*= 0.009). Otro autor que consiguió resultados similares fue Hunt (1996), quien encontró que es más probable que las mujeres le den mayor importancia a las causas estructuralistas que los hombres (r=0.125; p=0.023). Es importante señalar que las diferencias encontradas en este estudio parecen ser atribuibles a la condición de estudiar o no una carrera de trabajo social, más que al género, o al efecto conjunto de ambas variables.

No obstante, los resultados obtenidos en la presente investigación concuerdan con los encontrados por Toporek y Pope-Davis (2005), quienes realizaron un estudio cuyo objetivo era explorar la relación existente entre entrenamiento multicultural, actitudes raciales y atribuciones hacia la pobreza, en una muestra de 158 estudiantes de 10 programas de post-grado en orientación (counseling) de los Estados Unidos (124 eran mujeres y 34 hombres), encontrando que el género no ejerce una influencia significativa en las atribuciones acerca de la pobreza.

En este respecto, es importante considerar lo señalado por Robinson y Bell (1978; citado en Palomar, 2005), quienes sugieren que una posible explicación para las diferencias en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del género, puede ser las diferencias de estatus socioeconómico entre hombres y mujeres, de modo que estas últimas tienden a encontrarse en desventaja con respecto a los hombres. Estos autores afirman que, si bien los resultados de la relación entre el género y la atribución acerca de los pobres son inconsistentes, esta situación de desventaja relativa de las mujeres pudiera explicar en cierta medida las diferencias encontradas en la atribución en función del género.

Sin embargo, si se considera esta variable para la presente investigación, es posible asumir, debido a las características de la muestra, que las mujeres no presentan una desventaja económica significativa en relación a los hombres, ya que todos los participantes son estudiantes de post-grados, laboralmente activos, en posiciones gerenciales, por lo cual puede inferirse pertenecen al menos a un nivel socioeconómico medio. De este modo, la relativa homogeneidad de la muestra en esta

variable pudiera explicar la ausencia de diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres.

Esto concuerda, además con lo encontrado por Dakduk, Jiménez y Ramos (2009) quienes realizaron un estudio en el que relacionaron variables sociodemográficas y psicológicas con el significado del trabajo en una muestra gerencial, encontrando que cada vez más se desdibujan las diferencias entre hombres y mujeres dada la participación activa de la mujer en el ejercicio del rol laboral. De este modo, sería recomendable que al incluir la variable género para el estudio de este fenómeno atribucional, se haga en conjunción con variables socioeconómicas.

Con respecto a la variable denominación de los pobres, se encontró que, si bien en la categoría *consumidores de bajos ingresos* hubo una tendencia a realizar atribuciones menos favorables que para la categoría *personas pobres*, esta diferencia es debida al azar, por lo cual no es significativa.

Los resultados obtenidos contradicen con lo propuesto en la hipótesis de la presente investigación, en la que se planteó que las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos serían diferentes en función de la denominación de los pobres; esto, basándose en lo propuesto por Prahalad (2005), quien sugiere que las personas pobres usualmente son consideradas como víctimas o como un problema, y que si se les reconoce como personas con iniciativa, con poder creativo y con conciencia de valor, podrían acceder a una gran variedad de oportunidades. De este modo, se asumió que la etiqueta puesta a este sector de la población estaría asociada a una determinada serie de características, más o menos favorables, tomando como referencia el modelo de activación expandida de Carroll (2006).

Sin embargo, lo que se encontró fue que la etiqueta puesta no ejerce influencia alguna en las atribuciones realizadas. Es importante resaltar que esto da cuenta de que no parecen haber diferencias significativas en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de las etiquetas seleccionadas para la presente investigación; a saber: consumidores de bajos ingresos y personas pobres.

Por lo tanto, no es correcto afirmar que la denominación de los pobres no tiene un efecto en la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, ya que esta investigación únicamente da cuenta de las diferencias en función de dos de todas las posibles etiquetas atribuibles a este sector.

Debido a que no se encontraron precedentes en investigaciones empíricas que consideraran la denominación de los pobres como una variable con posible influencia en las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos, estos resultados representan un hallazgo importante en la comprensión de estas atribuciones, y sugieren que cualquier etiqueta utilizada es igualmente estigmatizante, por lo que los juicios realizados no parecen estar determinados por la etiqueta, sino por otras variables del perceptor y el actor. Este hallazgo representa un punto de partida más teórico que empírico, para entender el efecto que tiene la etiqueta como variable sobre los juicios atribucionales hacia estos sectores de la población.

Finalmente, para la variable estilo atribucional se observó que, si bien las personas con un estilo atribucional menos interno presentaron una tendencia a percibir a los consumidores de bajos ingresos como personas poco altruistas y orientadas al trabajo, las diferencias con respecto a las personas con un estilo atribucional más interno no son estadísticamente significativas.

Estos resultados se contradicen con lo propuesto por Nasser y Abouchedid (2006), quienes realizaron una investigación con 443 estudiantes universitarios con la finalidad de medir locus de control, variables socio-demográficas (nivel socio-económico, país de origen, raza, religión) y las atribuciones causales de los estudiantes hacia la pobreza; encontrando una relación entre el locus de control externo y las atribuciones de tipo estructuralista (F (1,358)= 4,00, p= 0,046). En esta misma línea, Palomar y Cienfuegos (2006), realizaron una investigación con la finalidad de identificar de qué manera algunas variables de personalidad influían en la percepción de pobreza, en la que encontraron que una mayor internalidad (o locus de control interno) indica que las atribuciones hacia la pobreza vienen dadas por

cualidades personales, tanto en personas pobres como en no pobres; por el contrario, un mayor grado de externalidad indica que las personas consideran que los pobres están en esa condición debido a causas como el destino y a razones de tipo estructuralista.

Un factor importante a considerar al momento de comprender los resultados obtenidos en la variable estilo atribucional, es el hecho de que el instrumento utilizado considera esta variable como un continuo en el que los participantes se ubican de acuerdo al grado de *internalidad* que muestren. Por razones metodológicas, esta medida se dicotomizó, de modo que las categorías obtenidas fueron *más interno* y *menos interno*, lo que resulta una manipulación arbitraria que pudiera estar influyendo en la relación entre ambas variables. Además, esto implica que la externalidad no es una categoría propiamente dicha para la escala utilizada, de modo que es posible que, al utilizar esta escala se eliminara la posibilidad de pertenecer a una categoría de *estilo atribucional externo*, que podría explicar la ausencia de relación entre ambas variables.

Adicionalmente, es importante resaltar que el estudio se realizó a partir de una muestra específica, que posee unas características particulares, y posiblemente haga a los participantes homogéneos en otras variables que pudieran estar influyendo en las atribuciones, de modo que los resultados deben ser interpretados con cautela. Además de esto, se trata de una muestra especializada en el área gerencial, lo cual difiere de las muestras generales de la evidencia encontrada para esta investigación, y pudiera tener algún efecto en la no correspondencia entre los resultados obtenidos y los antecedentes empíricos señalados.

Otro factor importante a considerar es el hecho de que en la presente investigación no se consideraron variables sociodemográficas como la edad o el nivel socioeconómico; variables que pudieran influir en las atribuciones realizadas. Autores como Sun (2001) encontraron que la edad está relacionada significativamente con la percepción de las causas de la pobreza (F (3.107); $p=0.012$); y otros autores como

Nasser (2007), Kreidl (2000), Vázquez y Panadero (2007), Amar, et al. (2001), entre otros, incluyen el nivel socioeconómico como una variable importante al explicar las atribuciones acerca de la pobreza y sus actores.

Finalmente, un elemento importante a tener en cuenta es la experiencia con la pobreza que hayan tenido con anterioridad las personas participantes. Es importante considerar este factor ya que autores como Reutter, et al (2006) han encontrado que la exposición a la pobreza contribuye, en conjunción con las variables sociodemográficas, con la explicación de las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos.

Así mismo, sería importante considerar variables que tienen un impacto en la cognición social, como por ejemplo la carrera y la información a la que estas personas están expuestas con respecto a los consumidores de bajos ingresos.

V. Conclusión y recomendaciones

A partir de los datos obtenidos se observa que, en general, la muestra considera que los consumidores de bajos ingresos son moderadamente sociables y con orientación emprendedora. Juicios que no difieren en función del estilo atribucional, la denominación de los pobres y el sexo. En este sentido se sugiere incorporar otras variables, distintas a las utilizadas, o considerar las mismas variables en diferentes muestras, a fin de contrastar los resultados obtenidos.

Los hallazgos aunque contradicen la hipótesis de la investigación; corresponden con lo encontrado por otros autores. Respecto a la variable género, es posible afirmar que el género no ejerce influencia en las atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos. Este resultado además, es afín a estudios sobre estilos gerenciales en las que cada vez más se desdibujan las diferencias entre hombres y mujeres dada la participación activa de la mujer en el ejercicio del rol laboral (Dakduk, et al., 2009). De igual modo, esta participación equitativa de la mujer respecto a los hombres en diversas actividades del quehacer social han contribuido a homogeneizar la forma en que ambos grupos perciben y se aproximan a distintos objetos de la realidad social.

En cuanto a la variable estilo atribucional, si bien no se encontraron investigaciones con resultados similares a los obtenidos, es importante señalar que la escala utilizada considera únicamente la dimensión de internalidad del estilo atribucional, por lo tanto, es posible que, utilizando un instrumento que considere las dimensiones interna y externa, se obtengan resultados diferentes. Así mismo, es importante mencionar que la variable estilo atribucional es una variable relativamente reciente, comparada con la tradición de la atribución, por lo que se debería revisar no solo elementos metodológicos sino también la forma en que ésta se ha conceptualizado para poder establecer conclusiones más precisas sobre su efecto y relación con otras variables de estudio.

Para la variable denominación de los pobres, es importante resaltar que, si bien no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas entre las dos etiquetas propuestas, no es posible afirmar que no hay una influencia de la variable sobre la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos, por lo que se recomienda incluir diferentes etiquetas en futuras investigaciones, para ampliar los conocimientos del efecto de ésta variable. De igual modo, pareciera que el impacto en las diferentes formas de referirse a los consumidores de bajos ingresos podría tener un efecto más cualitativo que cuantitativo sobre la atribución, por lo que se sugiere recurrir a enfoques alternativos de investigación que permitan comprender el efecto del significado más que la magnitud del efecto sobre la atribución.

Se recomienda, para posteriores estudios, incluir dentro de las variables estudiadas variables psicológicas y organizacionales, en distintas combinaciones con las variables sociodemográficas más estudiadas (edad, género, nivel socioeconómico, país, clase social). En especial, dado que la debilidad es que las muestras que predominan en la evidencia empírica, son generales y no específicas, se sugiere como vía para dar continuidad a esta línea de trabajo, profundizar en el trabajo con muestras específicas que tienen incidencia (directa o indirecta) en relación con estos sectores; y variables organizacionales (tipo de empresa, tamaño de la organización, área de negocio, cargo, experiencia laboral, y cultura organizacional).

Finalmente, es importante resaltar que, a pesar de que no se observa relación entre las variables propuestas, es posible que estas variables tengan influencia en el componente conductual posterior a las atribuciones. En este sentido, se recomienda para futuras investigaciones medir y evaluar el efecto sobre conductas concretas para comprender cuál es el impacto que tienen estas variables en la cotidianidad. De igual modo, se sugiere innovar en la aproximación metodológica, recurriendo a técnicas alternativas para reconocer qué variables permiten discriminar en grupos de personas con distintas atribuciones acerca de los consumidores de bajos ingresos.

VI. Referencias Bibliográficas

Amar, J., Abello, R., Denegri, M., Llanos, M. & Jiménez, G. (2001). La construcción de representaciones sociales acerca de la pobreza y desigualdades sociales en los niños de la región caribe colombiana. *Investigación y Desarrollo, 9*(2), 592-613.

Auletta, N. y Puente, R. (2009). Innovación y mercadeo un mapa de utilidad para las mayorías. *Debates IESA Volumen XIV (1),* 25-30.

Baron, R., y Byrne, D. (1998). *Psicología Social.* Madrid: Prentice Hall.

Baron, R., y Byrne, D. (2005). *Psicología Social.* (10ª ed.). España: Prentice Hall.

Bruni, J. y González, R. (2009). Las claves de la rentabilidad de los negocios con las mayorías. *Debates IESA, XIV (1)*, 41-49.

Carroll, D. (2006). *Psicología del Lenguaje*. España: Editorial Thompson.

Clark, S. (2007). Social work students perceptions of poverty. *Journal of Human Behavior in the Social Enviroment, 16*(1/2), 149-166.

Cozzarelli, C., Wilkinson, A. y Tagler, M. (2001).Attitudes toward the poor and attributions for poverty. *Journal of Social Issues*, 57 (2), 207-227.

Dakduk, S. (2009). ¿Cómo aprenden los consumidores de las mayorías?. . *Debates IESA, XIV (1),* 31-36.

Dakduk, S., González, M. y Malavé, J. (2010). *Desarrollo y propiedades psicométricas de una escala atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos*. Manuscrito enviado para su publicación.

Dakduk, S., Jiménez, V. y Ramos, E. (2009). Relación de variables sociodemográficas y psicológicas con el significado del trabajo. *Multidisciplinary Business Review, 2* (1), 5-18

Dakduk, S. y Puente, R. (2008). ¿Cómo son los pobres?: la respuesta de directores y ejecutivos de empresas venezolanas. Ponencia presentada en el 2008 Society for Marketing Advances Annual Conference, San Petesburgo, USA, Noviembre.

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2001, 22ª versión.

Guallar, A., Balager, I., Castillo, I. (1997). *La atribución: Teoría, Investigación y Evaluación.* Valencia: NAUllibres.

Hunt, M. (1996). The individual, society, or both? A comparasion of black, latino, and white beliefs about the causes of poverty. Social Forces, 75(1), 293-322.

Jiménez, C. y Puente, R. (2009). Un mundo poco conocido: el consumidor del Mercado de las mayorías. *Debates IESA XIV (1)*, 50-54.

Kreidl, M. (2000). Perceptions of poverty and wealth in western and post-communist countries. Social Justice Research, 13(2), 151-176.

LaMarche, L., y Tougas, F. (1979). Perception des raisons de la pauvreté par de Montréalais canadiens-français. Canad. J. Behav.Sci./Rev.Canad.Sci.comp., 11(1), 72-88.

Morales, J., Huici, C., Moya, Gaviria, E., López-Sáez, M. y Nouvilas, E. (1999). *Psicología social*. (UNED). Madrid, McGraw-Hill.

Nasser, R. (2007). Does subjective class predict the causal attribution for poverty?. *Journal of Social Sciences* , *3 (4)*, 197- 201.

Nasser, R. y Abouchedid, K. (2006). Locus of Control and the attribution for poverty: comparing lebanese and south african university students. *Social Behavior and personality, 34 (7), 777-796.*

Niemelä, M. (2008). Perceptions of the causes of poverty in Finland. *Acta Sociológica, 51*(1), 23-40.

Palmero,F., Fernández-Abascal, E., Martínez, F., y Chóliz, M. (2002). *Psicología de la motivación y la emoción*. España: McGraw Hill.

Palomar, J. (2005). The subjective dimension of poverty: a psychological perspective. *The Many Dimensions of Poverty*. 29-31.

Palomar, J. y Cienfuegos, Y. (2006). Impacto de las variables de personalidad sobre la percepción de la pobreza. *Anales de Psicología, 22*(002), 217-233.

Pandey, J, Sinhha, Y., Prakash, A., y Tripathi, R. (1982). Right-left political ideologies and attribution af the causes of poverty. *European Journal of Social Psychology*, 13, 327-331.

Prahalad, C.K. (2004). *La Fortuna en la Base de la Pirámide: Cómo Crear una Vida Digna y Aumentar las Opciones Mediante el Mercado*. Barcelona: Granica.

Pulido de Briceño, M., y Oropeza, A. (2006). Psicología Social. En G.Peña., Y.Cañoto., y Z. Santalla. (Eds), *Una introducción a la psicología* (pp. 445-462). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Reutter, L., Veenstra, G., Stewart, M., Raphael, D., Love, R., Makwarimba, E. y McMurray, S. (2005). Lay understandings of the effects of poverty: a canadian perspective. *Health and Social Care in the Community, 13*(6), 514-530.

Shirazi, R. y Biel, A. (2005). Internal-external causal attributions and perceived government responsibility for need provision. *Journal of Cross-cultural Psychology*. *36 (1)*, 96-116.

Sun, A. (2001). Perceptions among social work and non-social work students concerning causes of poverty. *Journal os Social Work Education, 37 (1)*, 161.

Toporek, R., y Pope-Davis, D. (2005). Exploring the relationship between multicultural training, racial attitudes, and attributions of poverty among graduate counseling trainees. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psochology* , *11 (3)*, 259-271.

United Nations. (2000). *United Nations Millennium Declaration*. 8th plenary meeting.

Vázquez, J. y Panadero, S. (2007). Ideología, acción política y atribuciones causales de la pobreza en los estados menos desarrollados. *Psicología Política, 35*, 33-51.

Visdómine-Lozano, J. y Luciano, C. (2006). Locus de control y autorregulación conductual: revisiones conceptual y experimental. *International Journal of Clinical and Health Psychology, 6(3),* pp. 729-751.

Worchel, S., Cooper, J., Goethals, G., y Olson, J. (2002). *Psicología Social*. México: Editorial Thomson.

Anexos

ANEXO A

Instrumento definitivo de Sexo, Denominación de pobreza, Estilo Atribucional y Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos.

Sexo: Femenino___ Masculino___
Cargo que desempeña: Gerente___ Coordinador___ Supervisor___
Otro (especifique)_____

A continuación se presenta una Escala cuya finalidad consiste en recolectar algunos aspectos informativos. Marque con una equis (**X**) la opción que considere que mejor se adapte a sus características. No hay respuestas correctas ni incorrectas; los fines de esta investigación son estrictamente académicos, por lo que se garantiza la confidencialidad de la información.

A continuación se presentan distintas situaciones hipotéticas:
- Léalas detenidamente e IMAGINE QUE LE SUCEDEN A UD.
- Decida cuál es la causa principal que ha motivado la situación
-Responda en función de si considera que la causa de la situación se debe a usted o a otras personas o circunstancias.

¿La causa se debe a usted o se debe a otras personas o circunstancias?	**Totalmente debido a otras personas o circunstancias**						**Totalmente debido a mi**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1. Has estado buscando trabajo durante mucho tiempo y no has tenido éxito.	1	2	3	4	5	6	7
2. Un amigo viene a ti con un problema y no intentas ayudarlo. .	1	2	3	4	5	6	7
3. Das una charla importante ante un grupo y tu audiencia reacciona negativamente.	1	2	3	4	5	6	7
4. Encuentras un amigo que actúa de forma hostil contigo.	1	2	3	4	5	6	7
5. No puedes hacer todo el trabajo que otros esperan de ti.	1	2	3	4	5	6	7
6. Tienes que hacer algo importante para un día determinado y te confundes o te pasas de fecha y todo va mal.	1	2	3	4	5	6	7
7. Se acaba tu noviazgo.	1	2	3	4	5	6	7
8. Sufres una gran ofensa personal.	1	2	3	4	5	6	7
9. Te sientes culpable de una pequeña violación a la ley.	1	2	3	4	5	6	7
10. Tienes una gran discusión con tu familia.	1	2	3	4	5	6	7
11. Estas agobiado de tu trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
12. Después de toda tu preparación académica estás en periodo de prueba en el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
13. Tu mejor amigo te dice que no eres de confianza.	1	2	3	4	5	6	7
14. Tienes muchos problemas para comprender lo que tu nuevo empleado necesita de ti.	1	2	3	4	5	6	7
15. No puedes dormir profundamente.	1	2	3	4	5	6	7
16. Tienes dificultades en tu vida sexual.	1	2	3	4	5	6	7
17. Te enfrentas a un conflicto serio con tus valores personales.	1	2	3	4	5	6	7
18. Tu compañero/a de cuarto te dice que se cambia de habitación.	1	2	3	4	5	6	7
19. Hay pocas actividades recreativas o de ocio que te interesan.	1	2	3	4	5	6	7
20. Se cancelan tus planes para las vacaciones de Navidad.	1	2	3	4	5	6	7
21. Tienes problemas con uno de tus instructores o profesores.	1	2	3	4	5	6	7
22. Experimentas dificultades financieras.	1	2	3	4	5	6	7

23. Tu intento de captar el interés de una persona del sexo opuesto es un fracaso.	1	2	3	4	5	6	7
24. Te sientes enfermo/a y cansado/a todo el tiempo.	1	2	3	4	5	6	7

A continuación se presentan características. Indique en qué medida considera Ud. poseen estas características los **consumidores de bajos ingresos**. Responda a los planteamientos utilizando una escala del 1 al 5, donde **1** significa **poca** y **5 mucha** intensidad de esa característica. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y puede utilizar cualquier grado de cada escala para expresar su opinión.

	(-) ---------- (+)						**(-) ---------- (+)**				
1. Emprendedores	1	2	3	4	5	11. Alegres	1	2	3	4	5
2. Trabajadores	1	2	3	4	5	12. Independientes	1	2	3	4	5
3. Responsables	1	2	3	4	5	13. Orgullosos	1	2	3	4	5
4. Luchadores	1	2	3	4	5	14. Ambiciosos	1	2	3	4	5
5. Honestos	1	2	3	4	5	15. Sencillos	1	2	3	4	5
6. Exitosos	1	2	3	4	5	16. Nobles	1	2	3	4	5
7. Optimistas	1	2	3	4	5	17. Solidarios	1	2	3	4	5
8. Generosos	1	2	3	4	5	18. Colaboradores	1	2	3	4	5
9. Comunicativos	1	2	3	4	5						
10. Cariñosos	1	2	3	4	5						

¡Gracias por su colaboración!

Sexo: Femenino___ Masculino___
Cargo que desempeña: Gerente___ Coordinador___ Supervisor___
Otro (especifique)_____

A continuación se presenta una Escala cuya finalidad consiste en recolectar algunos aspectos informativos. Marque con una equis (**X**) la opción que considere que mejor se adapte a sus características. No hay respuestas correctas ni incorrectas; los fines de esta investigación son estrictamente académicos, por lo que se garantiza la confidencialidad de la información.

A continuación se presentan distintas situaciones hipotéticas:
- Léalas detenidamente e IMAGINE QUE LE SUCEDEN A UD.
- Decida cuál es la causa principal que ha motivado la situación
-Responda en función de si considera que la causa de la situación se debe a usted o a otras personas o circunstancias.

¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?	**Totalmente debido a otras personas o circunstancias**						**Totalmente debido a mi**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1. Has estado buscando trabajo durante mucho tiempo y no has tenido éxito.	1	2	3	4	5	6	7
2. Un amigo viene a ti con un problema y no intentas ayudarlo. .	1	2	3	4	5	6	7
3. Das una charla importante ante un grupo y tu audiencia reacciona negativamente.	1	2	3	4	5	6	7
4. Encuentras un amigo que actúa de forma hostil contigo.	1	2	3	4	5	6	7
5. No puedes hacer todo el trabajo que otros esperan de ti.	1	2	3	4	5	6	7
6. Tienes que hacer algo importante para un día determinado y te confundes o te pasas de fecha y todo va mal.	1	2	3	4	5	6	7
7. Se acaba tu noviazgo.	1	2	3	4	5	6	7
8. Sufres una gran ofensa personal.	1	2	3	4	5	6	7
9. Te sientes culpable de una pequeña violación a la ley.	1	2	3	4	5	6	7
10. Tienes una gran discusión con tu familia.	1	2	3	4	5	6	7
11. Estas agobiado de tu trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
12. Después de toda tu preparación académica estás en periodo de prueba en el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
13. Tu mejor amigo te dice que no eres de confianza.	1	2	3	4	5	6	7
14. Tienes muchos problemas para comprender lo que tu nuevo empleado necesita de ti.	1	2	3	4	5	6	7
15. No puedes dormir profundamente.	1	2	3	4	5	6	7
16. Tienes dificultades en tu vida sexual.	1	2	3	4	5	6	7
17. Te enfrentas a un conflicto serio con tus valores personales.	1	2	3	4	5	6	7
18. Tu compañero/a de cuarto te dice que se cambia de habitación.	1	2	3	4	5	6	7
19. Hay pocas actividades recreativas o de ocio que te interesan.	1	2	3	4	5	6	7
20. Se cancelan tus planes para las vacaciones de Navidad.	1	2	3	4	5	6	7
21. Tienes problemas con uno de tus instructores o profesores.	1	2	3	4	5	6	7
22. Experimentas dificultades financieras.	1	2	3	4	5	6	7

23. Tu intento de captar el interés de una persona del sexo opuesto es un fracaso.	1	2	3	4	5	6	7
24. Te sientes enfermo/a y cansado/a todo el tiempo.	1	2	3	4	5	6	7

A continuación se presentan características. Indique en qué medida considera Ud. poseen estas características las **personas pobres**. Responda a los planteamientos utilizando una escala del 1 al 5, donde **1** significa **poca** y **5 mucha** intensidad de esa característica. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y puede utilizar cualquier grado de cada escala para expresar su opinión.

	(-) ---------- (+)						**(-) ---------- (+)**				
1. Emprendedores	1	2	3	4	5	11. Alegres	1	2	3	4	5
2. Trabajadores	1	2	3	4	5	12. Independientes	1	2	3	4	5
3. Responsables	1	2	3	4	5	13. Orgullosos	1	2	3	4	5
4. Luchadores	1	2	3	4	5	14. Ambiciosos	1	2	3	4	5
5. Honestos	1	2	3	4	5	15. Sencillos	1	2	3	4	5
6. Exitosos	1	2	3	4	5	16. Nobles	1	2	3	4	5
7. Optimistas	1	2	3	4	5	17. Solidarios	1	2	3	4	5
8. Generosos	1	2	3	4	5	18. Colaboradores	1	2	3	4	5
9. Comunicativos	1	2	3	4	5						
10. Cariñosos	1	2	3	4	5						

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO B

Escala de Atribución hacia los Consumidores de Bajos Ingresos (Basada en la Escala de Atribución hacia los Consumidores de Bajos Ingresos de Dakduk, Gonzalez y Malavé, 2010)

A continuación se presentan características. Indique en qué medida considera Ud. poseen estas características los **consumidores de bajos ingresos**. Responda a los planteamientos utilizando una escala del 1 al 5, donde **1** significa **poca** y **5 mucha** intensidad de esa característica. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y puede utilizar cualquier grado de cada escala para expresar su opinión.

	(-) ---------- -- (+)						**(-) ---------- - (+)**				
1. Emprendedores	1	2	3	4	5	11. Alegres	1	2	3	4	5
2. Trabajadores	1	2	3	4	5	12. Independientes	1	2	3	4	5
3. Responsables	1	2	3	4	5	13. Orgullosos	1	2	3	4	5
4. Luchadores	1	2	3	4	5	14. Ambiciosos	1	2	3	4	5
5. Honestos	1	2	3	4	5	15. Sencillos	1	2	3	4	5
6. Exitosos	1	2	3	4	5	16. Nobles	1	2	3	4	5
7. Optimistas	1	2	3	4	5	17. Solidarios	1	2	3	4	5
8. Generosos	1	2	3	4	5	18. Colaboradores	1	2	3	4	5
9. Comunicativos	1	2	3	4	5						
10. Cariñosos	1	2	3	4	5						

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO C

Escala de Estilo Atribucional

(Basado en el Cuestionario Extendido de Estilo Atribucional de Guallar y Balager, 1997).

A continuación se presentan distintas situaciones hipotéticas:

- Léalas detenidamente e IMAGINE QUE LE SUCEDEN A UD.

- Decida cuál es la causa principal que ha motivado la situación

-Responda en función de si considera que la causa de la situación se debe a usted o a otras personas o circunstancias.

¿La causa se debe a usted o se debe a otras personas o circunstancias?	**Totalmente debido a otras personas o circunstancias**						**Totalmente debido a mi**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1. Has estado buscando trabajo durante mucho tiempo y no has tenido éxito.	1	2	3	4	5	6	7
2. Un amigo viene a ti con un problema y no intentas ayudarlo. .	1	2	3	4	5	6	7
3. Das una charla importante ante un grupo y tu audiencia reacciona negativamente.	1	2	3	4	5	6	7
4. Encuentras un amigo que actúa de forma hostil contigo.	1	2	3	4	5	6	7
5. No puedes hacer todo el trabajo que otros esperan de ti.	1	2	3	4	5	6	7
6. Tienes que hacer algo importante para un día determinado y te confundes o te pasas de fecha y todo va mal.	1	2	3	4	5	6	7
7. Se acaba tu noviazgo.	1	2	3	4	5	6	7
8. Sufres una gran ofensa personal.	1	2	3	4	5	6	7
9. Te sientes culpable de una pequeña violación a la ley.	1	2	3	4	5	6	7
10. Tienes una gran discusión con tu familia.	1	2	3	4	5	6	7
11. Estas agobiado de tu trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
12. Después de toda tu preparación académica estás en periodo de prueba en el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
13. Tu mejor amigo te dice que no eres de confianza.	1	2	3	4	5	6	7
14. Tienes muchos problemas para comprender lo que tu nuevo empleado necesita de ti.	1	2	3	4	5	6	7
15. No puedes dormir profundamente.	1	2	3	4	5	6	7
16. Tienes dificultades en tu vida sexual.	1	2	3	4	5	6	7
17. Te enfrentas a un conflicto serio con tus valores personales.	1	2	3	4	5	6	7
18. Tu compañero/a de cuarto te dice que se cambia de habitación.	1	2	3	4	5	6	7
19. Hay pocas actividades recreativas o de ocio que te interesan.	1	2	3	4	5	6	7
20. Se cancelan tus planes para las vacaciones de Navidad.	1	2	3	4	5	6	7
21. Tienes problemas con uno de tus instructores o profesores.	1	2	3	4	5	6	7
22. Experimentas dificultades financieras.	1	2	3	4	5	6	7
23. Tu intento de captar el interés de una persona del sexo opuesto es un fracaso.	1	2	3	4	5	6	7
24. Te sientes enfermo/a y cansado/a todo el tiempo.	1	2	3	4	5	6	7

ANEXO D

Instrumento piloto de Sexo, Denominación de pobreza, Estilo Atribucional y Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos.

Sexo: Femenino___ Masculino___

A continuación te presentamos distintas situaciones:
- Léelas detenidamente e imagina lo más claramente posible que te suceden a ti.
- Decide cual es la causa principal que ha motivado la situación
- Responde la pregunta que se te presenta luego de cada situación sobre la causa que has pensado sobre la misma. Para responder esta pregunta ten en cuenta lo siguiente:

Totalmente debido a otras personas o circunstancias **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **Totalmente debido a mi**

SITUACIÓN	1	2	3	4	5	6	7
1. Has estado buscando trabajo durante mucho tiempo sin éxito. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
2. Un amigo viene a ti con un problema y no intentas ayudarlo. . ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
3. Das una charla importante ante un grupo y tu audiencia reacciona negativamente. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
4. Encuentras un amigo que actúa de forma hostil contigo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
5. No puedes conseguir hacer odo el trabajo que otros esperan de ti. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
6. Tienes que hacer algo importante en un día determinado y te confundes o te pasas de fecha y todo va mal. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
7. Tu noviazgo romantico se acaba. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
8. Sufres una gran injuria personal. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
9. Te sientes culpable de una pequeña violación a la ley. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
10. Tu y tu familia tienen una gran discusión. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
11. Estas quemado de tu trabajo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
12. Después de tu preparación académica estas en periodo de prueba. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
13. Tu mejor amigo te dice que no eres de confianza. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
14. Tienes muchos problemas en comprender lo que tu nuevo empleado necesita de ti. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
15. No puedes dormir profundamente. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
16. Tienes dificultades en tu vida sexual. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
17. Te enfrentas a un conflicto serio en tus valores personales. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							

18. Tu compañero/a de cuarto te dice que se cambia de habitación. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
19. Hay pocas actividades recreativas o de ocio que te interesan. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
20. Se cancelan tus planes para las vacaciones de navidad. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
21. Tienes problemas con uno de tus instructores o profesores. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
22. Experimentas dificultades financieras. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
23. Tu intento de captar el interés de una persona del sexo opuesto es un fracaso. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
24. te sientes enfermo/a y cansado/a todo el tiempo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							

A continuación se presentan características. Indique en qué medida considera ud. poseen estas características el **mercado de las mayorías**. Responda a los planteamientos utilizando una escala del 1 al 5, donde **1** significa **poca** y **5 mucha** intensidad de esa característica. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y puede utilizar cualquier grado de cada escala para expresar su opinión.

	(-) ---------- **(+)**						**(-)** ---------- **(+)**				
1. Emprendedores	1	2	3	4	5	11. Cariñosos	1	2	3	4	5
2. Trabajadores	1	2	3	4	5	12. Alegres	1	2	3	4	5
3. Responsables	1	2	3	4	5	13. Independientes	1	2	3	4	5
4. Luchadores	1	2	3	4	5	14. Orgullosos	1	2	3	4	5
5. Honestos	1	2	3	4	5	15. Ambiciosos	1	2	3	4	5
6. Familiares	1	2	3	4	5	16. Sencillos	1	2	3	4	5
7. Exitosos	1	2	3	4	5	17. Nobles	1	2	3	4	5
8. Optimistas	1	2	3	4	5	18. Solidarios	1	2	3	4	5
9. Generosos	1	2	3	4	5	19. Colaboradores	1	2	3	4	5
10. Comunicativos	1	2	3	4	5						

¡Gracias por su colaboración!

Sexo: Femenino___ Masculino___

A continuación te presentamos distintas situaciones:
- Léelas detenidamente e imagina lo más claramente posible que te suceden a ti.
- Decide cual es la causa principal que ha motivado la situación
- Responde la pregunta que se te presenta luego de cada situación sobre la causa que has pensado sobre la misma. Para responder esta pregunta ten en cuenta lo siguiente:

Totalmente debido a otras personas o circunstancias **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7** **Totalmente debido a mi**

SITUACIÓN	1	2	3	4	5	6	7
1. Has estado buscando trabajo durante mucho tiempo sin éxito. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
2. Un amigo viene a ti con un problema y no intentas ayudarlo. . ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
3. Das una charla importante ante un grupo y tu audiencia reacciona negativamente. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
4. Encuentras un amigo que actúa de forma hostil contigo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
5. No puedes conseguir hacer odo el trabajo que otros esperan de ti. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
6. Tienes que hacer algo importante en un día determinado y te confundes o te pasas de fecha y todo va mal. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
7. Tu noviazgo romantico se acaba. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
8. Sufres una gran injuria personal. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
9. Te sientes culpable de una pequeña violación a la ley. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
10. Tu y tu familia tienen una gran discusión. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
11. Estas quemado de tu trabajo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
12. Después de tu preparación académica estas en periodo de prueba. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
13. Tu mejor amigo te dice que no eres de confianza. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
14. Tienes muchos problemas en comprender lo que tu nuevo empleado necesita de ti. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
15. No puedes dormir profundamente. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
16. Tienes dificultades en tu vida sexual. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
17. Te enfrentas a un conflicto serio en tus valores personales. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							

18. Tu compañero/a de cuarto te dice que se cambia de habitación. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
19. Hay pocas actividades recreativas o de ocio que te interesan. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
20. Se cancelan tus planes para las vacaciones de navidad. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
21. Tienes problemas con uno de tus instructores o profesores. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
22. Experimentas dificultades financieras. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
23. Tu intento de captar el interés de una persona del sexo opuesto es un fracaso. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							
24. te sientes enfermo/a y cansado/a todo el tiempo. ¿La causa se debe a ti o se debe a otras personas o circunstancias?							

A continuación se presentan características. Indique en qué medida considera ud. poseen estas características las **personas pobres**. Responda a los planteamientos utilizando una escala del 1 al 5, donde **1** significa **poca** y **5 mucha** intensidad de esa característica. Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas y puede utilizar cualquier grado de cada escala para expresar su opinión.

	(-) ---------- **(+)**						**(-)** ---------- **(+)**				
1. Emprendedores	1	2	3	4	5	11. Cariñosos	1	2	3	4	5
2. Trabajadores	1	2	3	4	5	12. Alegres	1	2	3	4	5
3. Responsables	1	2	3	4	5	13. Independientes	1	2	3	4	5
4. Luchadores	1	2	3	4	5	14. Orgullosos	1	2	3	4	5
5. Honestos	1	2	3	4	5	15. Ambiciosos	1	2	3	4	5
6. Familiares	1	2	3	4	5	16. Sencillos	1	2	3	4	5
7. Exitosos	1	2	3	4	5	17. Nobles	1	2	3	4	5
8. Optimistas	1	2	3	4	5	18. Solidarios	1	2	3	4	5
9. Generosos	1	2	3	4	5	19. Colaboradores	1	2	3	4	5
10. Comunicativos	1	2	3	4	5						

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO E

Análisis factorial para la escala de Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos (Salidas de SPSS).

Communalities

	Initial	Extraction
1- Emprendedores	1.000	.477
2- Trabajadores	1.000	.507
3- Responsables	1.000	.581
4- Luchadores	1.000	.525
5- Honestos	1.000	.503
6- Familiares	1.000	.555
7- Exitosos	1.000	.262
8- Optimistas	1.000	.497
9- Generosos	1.000	.074
10- Comunicativos	1.000	.430
11- Cariñosos	1.000	.310
12- Alegres	1.000	.409
13- Independientes	1.000	.226
14- Orgullosos	1.000	.451
15- Ambiciosos	1.000	.429
16- Sencillos	1.000	.590
17- Nobles	1.000	.632
18- Solidarios	1.000	.622

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.111	33.952	33.952	6.111	33.952	33.952
2	1.968	10.933	44.886	1.968	10.933	44.886
3	1.296	7.199	52.084			
4	1.166	6.477	58.561			
5	.968	5.378	63.939			
6	.855	4.752	68.691			
7	.743	4.129	72.820			

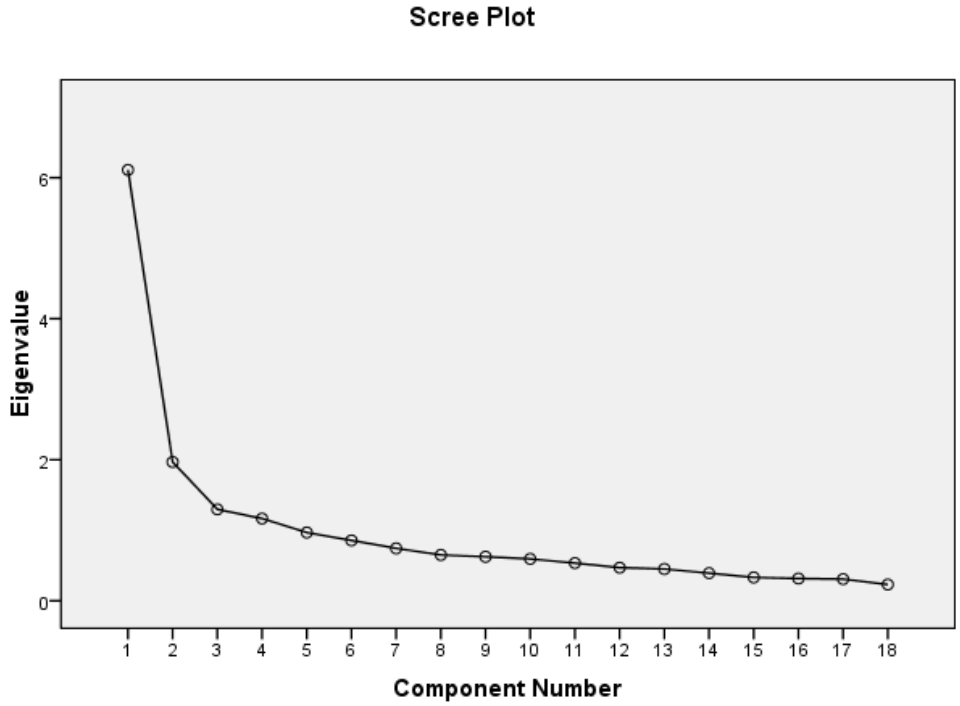
8	.649	3.606	76.426			
9	.624	3.464	79.891			
10	.593	3.296	83.187			
11	.534	2.968	86.155			
12	.469	2.607	88.762			
13	.450	2.498	91.260			
14	.391	2.173	93.433			
15	.331	1.839	95.272			
16	.314	1.747	97.019			
17	.307	1.704	98.723			
18	.230	1.277	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.389	24.385	24.385
2	3.690	20.501	44.886

Extraction Method: Principal Component Analysis.



Rotated Component Matrix[a]

	Component	
	1	2
1- Emprendedores	.133	.678
2- Trabajadores	.492	.515
3- Responsables	.435	.626
4- Luchadores	.366	.625
5- Honestos	.520	.483
6- Familiares	.209	.715
7- Exitosos	.337	.385
8- Optimistas	.646	.283
9- Generosos	.172	.210
10- Comunicativos	.640	.142
11- Cariñosos	.542	.130
12- Alegres	.162	.618
13- Independientes	.001	.475
14- Orgullosos	-.237	.628
15- Ambiciosos	.650	-.079
16- Sencillos	.759	.121
17- Nobles	.790	.088
18- Solidarios	.724	.312

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2
1	.764	.645
2	-.645	.764

Component Transformation Matrix

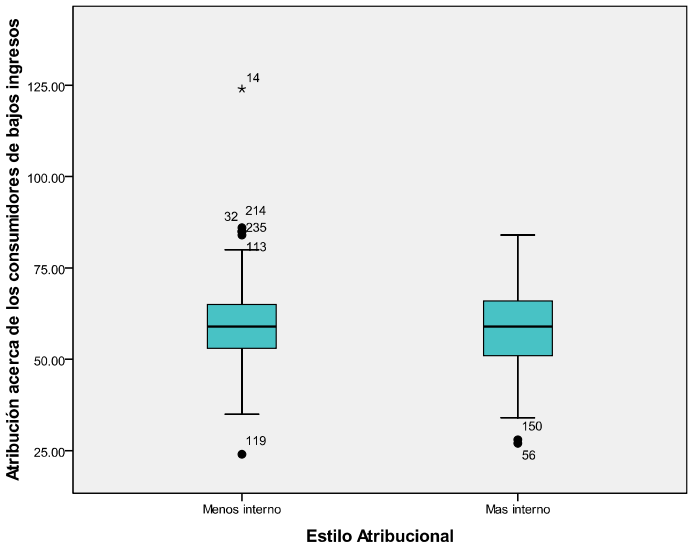
Component	1	2
1	.764	.645
2	-.645	.764

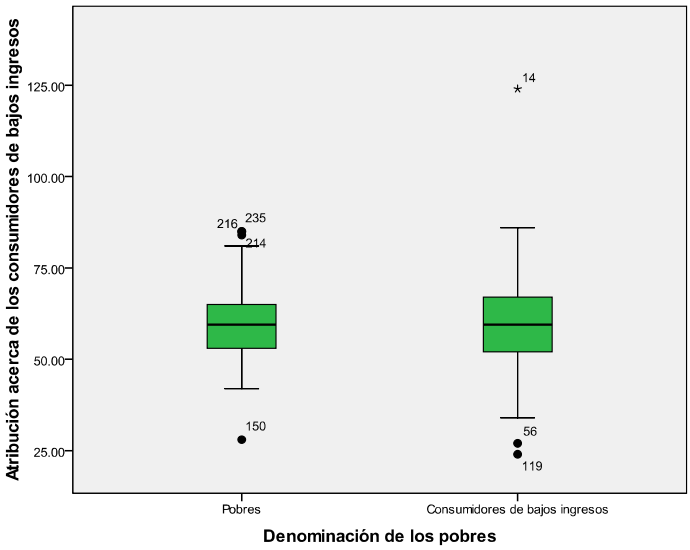
Extraction Method: Principal Component Analysis.

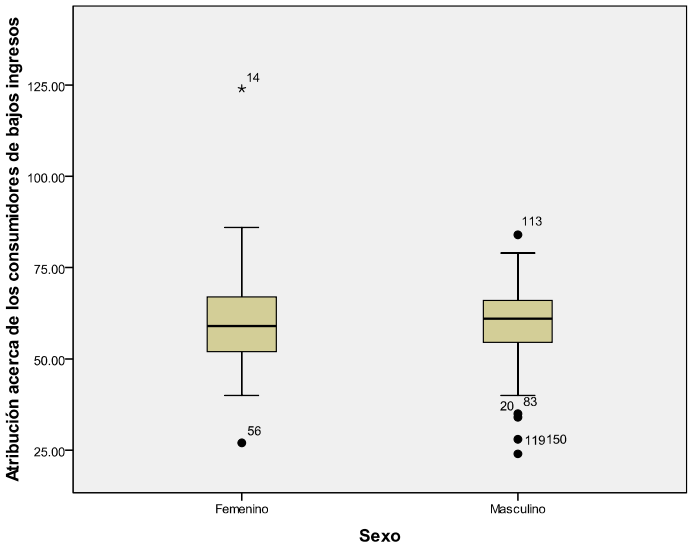
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

ANEXO F

Gráficos de caja y bigote para las variables estilo atribucional, denominación de la pobreza y sexo.


Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos
125.00
100.00
75.00
50.00
25.00
14
32
214
235
113
119
150
56
Menos interno
Mas interno
Estilo Atribucional


Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos
125.00
100.00
75.00
50.00
25.00
14
216
235
214
150
56
119
Pobres
Consumidores de bajos ingresos
Denominación de los pobres


Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos
125.00
100.00
75.00
50.00
25.00
14
113
56
20
83
119
150
Femenino
Masculino
Sexo

ANEXO G

Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Menos interno	85	60.4118	12.95532	1.40520
	Mas interno	86	58.4302	11.48763	1.23874
	Total	171	59.4152	12.24349	.93628
Model	Fixed Effects			12.23915	.93595
	Random Effects				.99075

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Menos interno	57.6174	63.2062	24.00	124.00	
	Mas interno	55.9673	60.8932	27.00	84.00	
	Total	57.5670	61.2634	24.00	124.00	
Model	Fixed Effects	57.5675	61.2629			
	Random Effects	46.8265	72.0039			.21116

Test of Homogeneity of Variances

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.042	1	169	.838

ANOVA

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	167.851	1	167.851	1.121	.291
Within Groups	25315.670	169	149.797		
Total	25483.520	170			

ANEXO H

Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Pobres	112	59.7054	9.97442	.94249
	Consumidores de bajos ingresos	110	60.0364	13.82122	1.31780
	Total	222	59.8694	12.00890	.80598
Model	Fixed Effects			12.03501	.80774
	Random Effects				.80774[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
	Pobres	57.8377	61.5730	28.00	85.00
	Consumidores de bajos ingresos	57.4245	62.6482	24.00	124.00
	Total	58.2810	61.4578	24.00	124.00
Model	Fixed Effects	58.2775	61.4613		
	Random Effects	49.6061[a]	70.1326[a]		

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		Between-Component Variance
Model	Random Effects	-1.25020

Test of Homogeneity of Variances

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
6.267	1	220	.013

ANOVA

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.080	1	6.080	.042	.838
Within Groups	31865.131	220	144.842		
Total	31871.212	221			

ANEXO I

Análisis de varianza de atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Femenino	131	60.1374	12.85347	1.12301
	Masculino	91	59.4835	10.73454	1.12529
	Total	222	59.8694	12.00890	.80598
Model	Fixed Effects			12.03182	.80752
	Random Effects				.80752[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Femenino	57.9157	62.3592	27.00	124.00	
	Masculino	57.2479	61.7191	24.00	84.00	
	Total	58.2810	61.4578	24.00	124.00	
Model	Fixed Effects	58.2779	61.4608			
	Random Effects	49.6088[a]	70.1299[a]			-1.13416

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Test of Homogeneity of Variances

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.540	1	220	.112

ANOVA

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	22.960	1	22.960	.159	.691

Descriptives

Atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Femenino	131	60.1374	12.85347	1.12301
	Masculino	91	59.4835	10.73454	1.12529
	Total	222	59.8694	12.00890	.80598
Model	Fixed Effects			12.03182	.80752
	Random Effects				.80752[a]

Within Groups	31848.252	220	144.765	
Total	31871.212	221		

ANEXO J

Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

Descriptives

Altruismo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Menos interno	89	28.5169	5.69512	.60368
	Mas interno	87	28.2299	5.77021	.61863
	Total	176	28.3750	5.71777	.43099
Model	Fixed Effects			5.73236	.43209
	Random Effects				.43209[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Altruismo

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Menos interno	27.3172	29.7165	11.00	41.00	
	Mas interno	27.0001	29.4597	13.00	39.00	
	Total	27.5244	29.2256	11.00	41.00	
Model	Fixed Effects	27.5222	29.2278			
	Random Effects	22.8847[a]	33.8653[a]			-.33228

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Test of Homogeneity of Variances

Altruismo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.324	1	174	.570

ANOVA

Altruismo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.623	1	3.623	.110	.740
Within Groups	5717.627	174	32.860		

Descriptives

Altruismo

			95% Confidence Interval for Mean				
			Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Menos interno		27.3172	29.7165	11.00	41.00	
	Mas interno		27.0001	29.4597	13.00	39.00	
	Total		27.5244	29.2256	11.00	41.00	
Model	Fixed Effects		27.5222	29.2278			
	Random Effects		22.8847[a]	33.8653[a]			-.33228
Total		5721.250	175				

ANEXO K

Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

Descriptives

Altruismo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Pobres	118	28.8305	5.41177	.49819
	Consumidores de bajos ingresos	114	27.8333	6.23566	.58402
	Total	232	28.3405	5.83989	.38341
Model	Fixed Effects			5.83112	.38283
	Random Effects				.49857

Descriptives

Altruismo

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
	Pobres	27.8439	29.8172	10.00	41.00
	Consumidores de bajos ingresos	26.6763	28.9904	10.00	40.00
	Total	27.5851	29.0959	10.00	41.00
Model	Fixed Effects	27.5862	29.0948		
	Random Effects	22.0055	34.6755		

Descriptives

Altruismo

		Between-Component Variance
Model	Random Effects	.20397

Test of Homogeneity of Variances

Altruismo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.962	1	230	.163

ANOVA

Altruismo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Descriptives

Altruismo

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pobres	118	28.8305	5.41177	.49819
Consumidores de bajos ingresos	114	27.8333	6.23566	.58402
Total	232	28.3405	5.83989	.38341
Fixed Effects			5.83112	.38283

Between Groups	57.656	1	57.656	1.696	.194
Within Groups	7820.444	230	34.002		
Total	7878.099	231			

ANEXO L

Análisis de varianza de la dimensión altruismo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

Descriptives

Altruismo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Femenino	138	28.0797	5.98180	.50920
	Masculino	94	28.7234	5.63477	.58118
	Total	232	28.3405	5.83989	.38341
Model	Fixed Effects			5.84396	.38367
	Random Effects				.38367[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Altruismo

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Femenino	27.0728	29.0866	10.00	41.00	
	Masculino	27.5693	29.8775	11.00	40.00	
	Total	27.5851	29.0959	10.00	41.00	
Model	Fixed Effects	27.5846	29.0965			
	Random Effects	23.4655[a]	33.2156[a]			-.09823

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Test of Homogeneity of Variances

Altruismo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.192	1	230	.276

ANOVA

Altruismo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	23.167	1	23.167	.678	.411
Within Groups	7854.932	230	34.152		

Descriptives

Altruismo

			95% Confidence Interval for Mean				
			Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Femenino		27.0728	29.0866	10.00	41.00	
	Masculino		27.5693	29.8775	11.00	40.00	
	Total		27.5851	29.0959	10.00	41.00	
Model	Fixed Effects		27.5846	29.0965			
	Random Effects		23.4655[a]	33.2156[a]			-.09823
Total		7878.099	231				

ANEXO M

Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del estilo atribucional (salidas SPSS).

Descriptives

Orientación al trabajo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Menos interno	87	28.2874	6.07685	.65151
	Mas interno	87	27.1149	6.61996	.70973
	Total	174	27.7011	6.36303	.48238
Model	Fixed Effects			6.35421	.48171
	Random Effects				.58621

Descriptives

Orientación al trabajo

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Menos interno	26.9922	29.5825	10.00	41.00	
	Mas interno	25.7040	28.5258	11.00	45.00	
	Total	26.7490	28.6533	10.00	45.00	
Model	Fixed Effects	26.7503	28.6520			
	Random Effects	20.2527	35.1496			.22319

Test of Homogeneity of Variances

Orientación al trabajo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.558	1	172	.456

ANOVA

Orientación al trabajo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	59.793	1	59.793	1.481	.225
Within Groups	6944.667	172	40.376		
Total	7004.460	173			

ANEXO N

Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función de la denominación de los pobres (salidas SPSS).

Descriptives

Orientación al trabajo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Pobres	113	27.6726	6.02145	.56645
	Consumidores de bajos ingresos	113	28.3982	6.83157	.64266
	Total	226	28.0354	6.43522	.42806
Model	Fixed Effects			6.43926	.42833
	Random Effects				.42833[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Orientación al trabajo

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
	Pobres	26.5502	28.7949	11.00	45.00
	Consumidores de bajos ingresos	27.1249	29.6716	10.00	42.00
	Total	27.1919	28.8789	10.00	45.00
Model	Fixed Effects	27.1913	28.8795		
	Random Effects	22.5929[a]	33.4779[a]		

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Orientación al trabajo

		Between-Component Variance
Model	Random Effects	-.10365

Test of Homogeneity of Variances

Descriptives

Orientación al trabajo

		Between-Component Variance
Model	Random Effects	-.10365

Orientación al trabajo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.132	1	224	.146

ANOVA

Orientación al trabajo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	29.752	1	29.752	.718	.398
Within Groups	9287.965	224	41.464		
Total	9317.717	225			

ANEXO O

Análisis de varianza de la dimensión orientación al trabajo de la atribución acerca de los consumidores de bajos ingresos en función del sexo (salidas SPSS).

Descriptives

Orientación al trabajo

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
	Femenino	134	28.2687	6.73579	.58188
	Masculino	92	27.6957	5.99036	.62454
	Total	226	28.0354	6.43522	.42806
Model	Fixed Effects			6.44337	.42861
	Random Effects				.42861[a]

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Descriptives

Orientación al trabajo

		95% Confidence Interval for Mean				
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Femenino	27.1177	29.4196	13.00	45.00	
	Masculino	26.4551	28.9362	10.00	39.00	
	Total	27.1919	28.8789	10.00	45.00	
Model	Fixed Effects	27.1908	28.8800			
	Random Effects	22.5894[a]	33.4814[a]			-.21638

a. Warning: Between-component variance is negative. It was replaced by 0.0 in computing this random effects measure.

Test of Homogeneity of Variances

Orientación al trabajo

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.503	1	224	.221

ANOVA

Orientación al trabajo

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	17.910	1	17.910	.431	.512
Within Groups	9299.807	224	41.517		

Descriptives

Orientación al trabajo

			95% Confidence Interval for Mean				
			Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum	Between-Component Variance
	Femenino		27.1177	29.4196	13.00	45.00	
	Masculino		26.4551	28.9362	10.00	39.00	
	Total		27.1919	28.8789	10.00	45.00	
Model	Fixed Effects		27.1908	28.8800			
	Random Effects		22.5894[a]	33.4814[a]			-.21638
Total		9317.717	225				