

Resiliencia y su influencia en vendedores de empresas multinivel colombianas

Resilience and its influence on multilevel colombian business sellers

Decired Del Carmen OJEDA Pertuz [1](#); Ernesto Joaquin STEFFENS [2](#)

Recibido: 17/08/2017 • Aprobado: 15/09/2017

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Resiliencia](#)
 - [3. Metodología](#)
 - [4. Análisis y discusión de los resultados](#)
 - [5. Consideraciones finales](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El propósito de esta investigación es caracterizar las técnicas de resiliencia y su influencia en vendedores de empresas de multinivel colombianas, sustentado teóricamente por: Veliz (2014); Labrador (2014); Chiavenato (2012), Buendía (2011); Grotberg (2013) entre otros. Para alcanzar este propósito se realizó un estudio descriptivo, con un diseño no experimental, transeccional y de campo. La población fue de 68 unidades informantes conformada por vendedores de las empresas multiniveles: Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; ubicadas todas en el municipio Valledupar-Departamento del Cesar en Colombia. Para la muestra se realizó una muestra censal o censo poblacional tomando en cuenta todos los sujetos. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, y como instrumento se diseñó un cuestionario con alternativas múltiples, conformado por 36 ítems. La validez del instrumento se llevó a cabo por cinco expertos, la confiabilidad se realizó a través de la fórmula de Alpha de Cronbach la cual fue de 0,9261. Los datos se analizaron mediante la estadística descriptiva. El resultado explica que las técnicas de

ABSTRACT:

The purpose of this research is to characterize resilience techniques and their influence on companies selling Colombian multilevel, theoretically supported by: Veliz (2014); Labrador (2014); Chiavenato (2012), Buendía (2011); Grotberg (2013) among others. To realize this purpose, a descriptive study, with a non-experimental, transactional design and field. The population was 68 reporting units made up of multi-level sellers of companies: Herbalife of Colombia; Colombia Amway and Nu Skin of Colombia; all located in the municipality of Valledupar-Cesar Department in Colombia. For sample or census shows a population census taking into account all subjects was performed. The data collection technique was the survey and a questionnaire as a tool with multiple alternatives, consisting of 36 items was designed. The validity of the instrument was carried out by five experts; reliability was performed using the Cronbach Alpha formula which was 0.9261. Data were analyzed using descriptive statistics. The result explains techniques resilience little developed in Colombian multilevel companies because the self-control needed to properly handle negative situations that are presented

resiliencia se desarrollan poco en las empresas multinivel colombianas, ya que no se promueve el autocontrol necesario para manejar adecuadamente las situaciones negativas que se le presentan a los vendedores para que estos adecuen sus reacciones emocionales a las demandas específicas de cada situación.

Palabras clave: Resiliencia, Vendedores, Empresas Multinivel

to vendors so that they adapt their emotional reactions to specific requests is not promoted each situation.

Keywords: Factors, Occupational Hazards, Construction Sector

1. Introducción

El mundo laboral, en la actualidad está afectado por un gran número de factores que afectan la calidad de desempeño de las personas a nivel mundial en las diversas organizaciones e instituciones empresariales, así como en los organismos gubernamentales, producto en cierto casos por la demanda y exigencia de una sociedad globalizada que exige cada día individuos aptos para enfrentar los problemas empresariales que impacta el desenvolvimiento social y emocional de los trabajadores.

Es importante marcar, que aunque la realidad que nos circunda, y en la cual toca vivir, no siempre se considera la mejor, depende fundamentalmente de las personas, el modo como lo enfrentan. En este sentido, las causas y efectos que dichos factores son variados, y pueden ser manejados con efectividad, desarrollando la habilidad de canalizar sus emociones antes los problemas que pudieran surgir en el desenvolvimiento de su deber con su entorno de trabajo.

De igual manera, la capacidad de resiliencia social está relacionada con las condiciones del sistema para enfrentar la crisis de cualquier tipo y recuperarse bien de ella. Siendo, que una de las habilidades que pudieran potenciar los trabajadores es utilizar este enfoque de resiliencia, que es la capacidad que poseen ciertas personas para manejar sus cargas emocionales; y ante eventos inesperados o negativos afrontarlos con efectividad.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se consideró importante realizar esta investigación donde se busca caracterizar las técnicas de resiliencia y su influencia en los vendedores de las empresas multinivel colombianas.

2. Resiliencia

La resiliencia es un conjunto de atributos y habilidades innatas para afrontar adecuadamente situaciones adversas, como factores estresantes y situaciones riesgosas; dichas habilidades las poseen los seres humanos para recuperarse de periodos de apremio, situaciones complicadas y dolor emocional, aprendiendo algo nuevo, saliendo fortalecido y cuidando su integridad psicológica. Según Grotberg (2013):

Resiliencia es la capacidad de respuesta inherente al ser humano, a través del cual se generan respuestas adaptativas frente a situaciones de crisis o de riesgo. Esta capacidad deriva de la existencia de una reserva de recursos internos de ajuste y afrontamiento, ya sean innatos o adquiridos. De este modo la resiliencia refuerza los factores protectores y reduce la vulnerabilidad frente a las situaciones riesgosas. Mientras mayor sea los recursos internos de ajuste y afrontamiento mayor será el nivel de resiliencia (p.387).

Dentro de situaciones adversas, se puede inferir que el ser humano tiene la capacidad de desarrollar respuestas ante situaciones de enfermedades prolongadas, abuso físico, maltrato psicológico o la muerte de un ser allegado; que contando con una capacidad resiliente serán más factibles de resistir y de superar sin generación de traumas.

Esta habilidad de desarrollar resiliencia los individuos; en la actualidad ha cobrado relevancia en el campo empresarial como factor de desarrollo, más en un contexto de crisis socio-laboral. Hoy en día, muchas empresas están incorporando este concepto en sus idearios para afrontar la crisis y fortalecerse incorporando una perspectiva más democrática y cooperativa.

Concretamente, la resiliencia hace referencia a la capacidad de la persona para valorar

adecuada y positivamente las experiencias, y dar respuesta a las adversidades desde un esquema más positivo, más optimista, y sobre todo, generativo de nuevas posibilidades de desarrollo.

También, León (2015, p. 76), refiere que el concepto de resiliencia no era conocido en las organizaciones, posiblemente porque sus orígenes son teóricos; pero su valor en las organizaciones es fundamental para formar equipos de trabajos competitivos y efectivos. Por ello, la conceptualiza como "Las habilidades de los individuos para resolver los problemas que surgen en forma inesperada y no solo salir victorioso, sino también fortalecido".

Desde la perspectiva del citado autor, la resiliencia fue trasladada a las organizaciones con el objeto de crear los escenarios para que las personas desde su dimensión laboral utilicen los mismos principios y fortalezas en solucionar sus conflictos. Estos, partiendo del hecho que existen una serie de factores que promueven la resiliencia dentro de las personas; se pueden dividir en internas y externas.

Entre las internas se pueden señalar el servicio a los demás, la asertividad, el control de impulsos, sociabilidad, sentido del humor, confianza, autonomía, por mencionar algunos. Mientras que los factores externos serían un ambiente que promueva buenas relaciones, compartir responsabilidades, valoración de los talentos de los demás, liderazgos positivos, entre otros.

De igual manera, considerando que la resiliencia se presenta de manera innata y no en todas las personas; todos no cuentan con este privilegio, por lo que se ha planteado la vía de desarrollarla de manera premeditada en las organizaciones a partir de procesos de inducción, tal como lo destaca Melillo (2012) para quien la misma emerge como resultado de una interacción, es decir de algo que ocurre a partir de la relación de un sujeto con su entorno humano.

Sobre esto, se puede inferir que se trata de buscar los factores que resulten protectores para los seres humanos, más allá de los efectos negativos de la adversidad, tratando de estimularlos una vez que fueran detectados. Así, en el mundo de las empresas, en los mercados de las ventas multiniveles, como es sabido se tienen que enfrentar y resolver problemas imprevistos, que obligan a implementar estrategias de emergencia; unas empresas superan los problemas, y no solo que los vencen, sino que salen fortalecidas, mientras que otras empresas fracasan en sus intentos de recuperación, y desaparecen.

De estas situaciones, es necesario determinar cuáles son los niveles de resiliencia que puede desarrollar cada vendedor en las empresas multiniveles; y que técnicas se pueden aplicar para incrementar los factores y acciones que han puesto en práctica para superar las condiciones de riesgo. Lo anterior, como vía para preparar al equipo de vendedores a fin de prevenir que los resultados negativos no se agraven con el transcurrir del tiempo; y no perder la visión de la organización en el mercado; siendo esto un reto que tiene que ser considerado para trabajar estrategias que vuelvan más resistentes a las organizaciones multiniveles colombianas, para ser mejores que sus competidores.

Por lo tanto, para efecto de la investigación se considera la resiliencia de los vendedores de las empresas multiniveles colombianas como "la capacidad de los vendedores de poder salir victoriosos de las crisis negativas, y llegar a recuperarse de las adversidades que dejan los acontecimientos adversos, aplicando en forma dinámica, pero flexible, acciones que tienen como objetivo recuperar sus fortalezas y eficiencia después de la experiencia experimentada".

2.1. Técnicas de Resiliencia

Las diferentes técnicas de resiliencia son aquellas acciones personales e institucionales aplicadas para hacer frente a diversas situaciones de adversidad que se pueden presentar; y son las que determinarán el uso de ciertas estrategias para mantener la estabilidad temporal y situacional en una determinada situación que pudiera interferir en el normal desenvolvimiento

individual y laboral.

Con respecto a dichas técnicas; Veliz (2014, p. 58), señala que “son técnicas que se pueden utilizar para incrementar la resiliencia y llegar a enfrentar la debilidad emocional” en diferentes ocasiones e intervenciones. Estas técnicas no tienen límites, ni fronteras. Lo ideal es sonreír y ayudar a que los participantes se sientan mejor. Chiavenato (2012, p. 344), que dichas técnicas “se pueden aplicar a nivel laboral para ayudar al talento humano a potenciarse y desarrollara conductas positivas sobre su desempeño”.

En este sentido, las técnicas desde de los autores constituyen esfuerzos, tanto conductuales como cognitivos, que realiza una persona para dominar, reducir o tolerar las exigencias creadas por transacciones estresantes que pudiera surgir durante el desarrollo de sus deberes laborales; y que pudiera llevarlos a dudar de sus habilidades y capacidades; tal es el caso de los vendedores de las empresas multiniveles colombianas que debe enfrentar no solo la competencia sino los momentos adversos que se pueden presentar con los futuros clientes o compradores.

Por su parte, Buendía (2011, p. 65), define las técnicas de la resiliencia como “toda actividad desarrollada para elevar la capacidad de una persona o grupo para seguir proyectándose en el futuro a pesar de acontecimientos desestabilizadores, de condiciones de vida difíciles y de traumas a veces graves”. Considerando al autor, se puede argumentar que dichas técnicas deben ser empleadas para manejar una situación negativa o estresante.

Pero, considerando que cada individuo tiene una propensión a utilizar una serie determinada de actuación en situaciones diversas. Esto es lo que se denomina afrontamiento, o capacidad que poseen ciertas personas para enfrentar y resolver los problemas, sin importar las consecuencias. Otras personas, sin embargo lo eluden o evitan, pensando que las consecuencias del problema les traerán mayores dolencias.

En este sentido, vale reseñar a Pérez (2009), para quien las técnicas de resiliencia constituyen una respuesta al desequilibrio emocional, y tiene según el autor dos grandes funciones. La primera implica solucionar el problema; bien conseguir cambiar el ambiente o cambiar las propias actividades y/o actitudes. Por ejemplo, un vendedor puede cambiar el ambiente de trabajo; cambiando las características o estrato de clientes, se podría dedicar a trabajar en grupo o empresas atendiendo las demandas de los trabajadores de los productos de la empresa multinivel que representa.

También, podría intentar cambiar su propia actitud, recurriendo a actividades de descarga de estrés fuera del trabajo o recordando que las gratificaciones de su trabajo se deben, en parte, a sus retos y a su habilidad en la utilización de sus conocimientos. En segundo lugar, permite actuar sobre las respuestas emocionales y físicas relacionadas con el estrés, para poder mantener el ánimo y continuar funcionando bien.

Resumiendo, lo relacionado con las técnicas de la resiliencia se puede definir las mismas como diversas acciones o actividades que se aplica a nivel de las empresas multinivel colombianas para que los vendedores en momentos de frustración sean capaces de manejar su carga emocional y física sin caer en el aislamiento; reconociendo sus propias capacidades. Esta concepción aceptando los señalamientos de los diversos autores; entre Carver y Sheier (2009), para el fortalecimiento de la resiliencia, se pueden aplicar las siguientes técnicas: las técnicas centradas en la capacidad personal; las centradas en las emociones y las centradas en los problemas.

2.2. Técnica centrada en la capacidad personal

La técnica de resiliencia, se centra en la interacción del sujeto con su medio, en cómo éste hace frente a las demandas que el medio le efectúa de forma continuada. De acuerdo con Pérez (2009), esta interacción no es una mera relación física, sino que adquiere sentido desde la valoración que hace el sujeto de la demanda del medio, que básicamente es social, el modo en

que se siente comprometido por ella.

Por su parte, Veliz (2014, p. 64) considera la técnica centrada en la persona "son aquella que busca hacer que las personas sean capaces de interactuar con su entorno como consigo mismo de manera positiva, siendo capaz de valorarse frente a sus semejantes". Dicha valoración sólo es comprensible desde el significado que posee de sí mismo, es demanda desde su biografía, sus relaciones actuales y su posición social, y a la que hará, o no, frente de forma más o menos satisfactoria con la movilización de conductas, que adquieren sentido dentro de una valoración de la situación y de una planificación de las mismas de cara a unos objetivos.

Sobre lo anterior, se puede señalar que dicha técnicas también permiten a las personas desarrollar la capacidad de relacionarse. Es decir, la habilidad para establecer lazos e intimidad con otras personas, para balancear la propia necesidad de afecto con la actitud de brindarse a otros. Por su parte, Buendía (2011, p. 71), considera las técnicas centradas en las personas como "aquella que hace crear un modelo de clara índole cognitiva, en el que es fundamental la función perceptiva de atribución, el valor que otorgan los sujetos, mediante cogniciones evaluativas a los sucesos".

Sobre dichas cogniciones, siguiendo al autor se puede considerar como atribución o consecuencia de un proceso acumulativo en el que intervienen desde el aprendizaje temprano de patrones de evaluación de relaciones sociales, la inteligencia social, que permite integrar dentro de un marco coherente, los diferentes patrones de relación interpersonal, y que es objeto de un aprendizaje no intencional con claras semejanzas y relaciones personales, la interiorización de patrones culturales y la autoimagen que el sujeto genera de sí mismo a través de su biografía.

También, Aldo (2006, p. 56), refiere que las técnicas centradas en la capacidad personal "es el proceso a través del cual se hace frente a un acontecimiento estresor, planteándolo en términos neutros y dándole, ésta depende de su trayectoria personal y de los valores y creencias que ha ido incorporando con los años".

Dicha consideración, lleva a inferir que la estabilidad de un individuo para afrontar cualquier cambio drástico, se debe entender ante todo el cambio, y manejar eficazmente el acontecimiento que inevitablemente se va a presentar, donde sus capacidades internas se originan principalmente en los grandes esfuerzos psicológicos tendientes a manejar sistemáticamente las grandes dificultades.

De lo expuesto, se puede precisar que los estilos conflictivos de pensamiento, pueden ser la causa probable de una enorme agitación interna en el individuo, disparando gravemente su auto conflicto interno. Todas las decisiones importantes, crean de alguna manera conflictos internos, hasta que se resuelven ellos mismos. Pero todos también, experimentan constantemente conflictos, como los relativos a circunstancias de trabajo.

En las empresas de venta multiniveles, muchos de estos conflictos surgen de la lucha diaria entre aquella parte que quiere ser recta en sus asuntos, honesta, respetada, y diligente y la que desea alcanzar sus ventas sin demora por encima de cualquier circunstancia. Además de los conflictos internos, las emociones indeseables constituyen otra fuente interna de carga emocional que debe ser atendida desde la capacidad personal.

Partiendo de lo indicado, para efecto de la investigación se definen las técnicas centradas en la capacidad personal como aquellos conocimiento y capacidades que desarrollan los vendedores de las empresas multiniveles para hacer frente a los momentos de conflicto y ansiedad interna originada por algún acontecimiento del medio externo, y que le llevan a manejar sus emociones de manera positiva fortaleciendo en su entorno socio-laboral.

Esto, a la vez ayuda a los vendedores a expresar esas fuertes emociones y se siente libertad para elegir libremente la manera eficaz de conocerse a sí mismo y poder elegir cual es el mejor camino a seguir para lograr el objetivo de sus trabajo dirigiendo su esfuerzo primordialmente hacia el mundo externo con la seguridad de alcanzar el éxito de su función como vendedor.

2.3. Técnicas centradas en las emociones

De acuerdo a diversos autores de la psicología; entre ellos Carver y Sheier (2009), las emociones no deben reprimirse, sino expresarse. Sin embargo en el caso de las emociones negativas, su manejo resulta en ocasiones complicado. No poder administrar las emociones provoca un estado de insatisfacción, ansiedad, malestar y sobre todo un coste psicológico cuando su presencia es habitual y más aún cuando su intensidad es alta. Por todo ello, se deberían desarrollar diversos procedimientos a fin de amortiguar este impacto psicológico negativo.

De allí que, Pérez (2009, p. 69), define las técnicas centradas en las emociones "Como aquellas que ayudan al individuo ante situaciones difíciles, alcanzar el autocontrol emocional necesario para manejar adecuadamente dichas emociones". El autocontrol emocional significa hacer frente al denominado secuestro emocional. En definitiva se trata de ser capaz de manejar los impulsos y acciones derivadas de la emoción y de los estados de ánimo para sentirse bien.

Por otra parte, Veliz (2014, p. 91), considera que las técnicas de resiliencia centradas en las emociones "consisten en acciones que llevan a actuar en los componentes cognitivos, motores y neurofisiológicos, a fin de adecuar las reacciones emocionales a las demandas específicas de cada situación". Dicha actuación está obligatoriamente precedida por un proceso de identificación y valoración de la respuesta emocional adoptada como inadecuada o inadaptada.

También para Labrador (2014, p. 115), estas técnicas centradas en la emoción "son aquellas que se caracteriza por la utilidad de determinadas acciones o herramientas que el individuo pone en práctica para resolver una situación que le ocasiona un problema". Dichas acciones el autor antes mencionado las pone en práctica la persona para buscar apoyo social emocional; lo que engloba las acciones emprendidas por el sujeto para buscar en otras personas razones emocionales paliativas (el cariño, la simpatía y la comprensión). Se trata de buscar apoyo afectivo, empatía y comprensión.

De igual manera; según Davis y Esheman (2010, p. 102), dichas técnicas centradas en las emociones "son las que se ponen en práctica cuando se dice que el ser humano necesita afecto para su bienestar", de allí que en realidad un proceso necesario ante el hecho de que necesita la ayuda y la cooperación de otros seres humanos para sobrevivir; o poder superar un evento traumático que puede ser de índole personal, laboral o social.

Es decir, la necesidad de ayuda emocional la expresar la persona de acuerdo a los autores citados como necesidad de afecto o necesidad afectiva; y en material laboral tal es el caso de las empresas multiniveles se debe plantar el apoyo emocional como la forma en que el individuo evalúa las interacciones que ocurren en sus relaciones sociales. No es igual tener un determinado entramado social, que obtener apoyo del mismo. Diversos estudios empíricos han mostrado que buenos apoyos ayudan a los vendedores a superar los síntomas producto de sus frustraciones antes las negativas de sus ventas.

Asimismo, se puede indicar que las técnicas centradas en las emociones se refiere a aquellas conductas que permiten al sujeto centrarse en el acontecimiento negativo al que ha de enfrentar, y que al mismo tiempo evite otras actividades o pensamientos que lo distraigan. Significa dejar de lado los pensamientos negativos que les llevan a la distracción de su objetivo principal.

Es común observar en los vendedores de las empresas multiniveles conductas intensas, inquietas, nerviosas, entre otras, al igual que corren de un lado a otro para lograr sus ventas, atienden rápidamente a sus deberes administrativos, se quejan de estar cansados y al mismo tiempo dicen que deben seguir a delante, estas son actividades distractoras e inconsciente que bloquear los pensamientos hacia el objetivo central de su desempeño laboral. Siendo en este momento, donde debe reinterpretación una conducta emocional positiva que englobe lo referente a aquellos aspectos de crecimiento personal que pueden derivarse de las experiencias placenteras de trabajo.

Sobre lo expuesto, se considera pertinente para la investigación definir las técnicas centradas en las emociones como aquellas que permiten a los vendedores de las empresas multiniveles colombianas reconstruir su manejo de sus emociones negativas para afrontar las adversidades de su trabajo; aprendiendo a desarrollar emociones evitando que las mismas les afecte negativamente, al tener que tomar decisiones precipitadamente.

Es esperar una oportunidad apropiada para actuar, manteniendo la misma actitud que les lleve a visualizar las emociones negativas que están viviendo y exteriorizar estos sentimientos. Esta respuesta puede, puede ser funcional, concentrando al vendedor en emociones satisfactorias por largos períodos haciendo el ajuste a la realidad y llegando a ser exitoso en sus ventas.

2.4. Técnicas centradas en los problemas

La actividad de una persona frente a un problema se centra fundamentalmente en resolverlo, según lo establece Labrador (2014), y señala a la vez que generalmente, es la propia cultura la que provee de los datos, creencias e informaciones sobre las que la persona elabora, más o menos intuitivamente, una técnica para actuar sobre dicho problema.

En este sentido, destaca Veliz (2014, p. 98), que las técnicas de resiliencia centradas en los problemas "son aquellas que se aplica para desarrollar habilidades como la asertividad, manejo del tiempo, la comunicación y las relaciones sociales, los cambios en el estilo de vida y otras habilidades para cambiar las demandas del entorno y poder resolver problemas".

Sobre lo que refiere el citado autor, se puede inferir que cuando una persona se siente aquejada por un problema no se limita, pasivamente, a sufrir sus efectos, sino que procura incidir sobre su curso para regularlo. Se sirve para ello de los conocimientos que tiene sobre su actividad cotidiana, de lo que el sentido común le dice que puede hacer para resolverlo, de análisis sobre cómo los síntomas y las alteraciones evolucionan en una u otras circunstancias, de lo que ve en otros.

De igual manera, se puede señalar que aplicando técnicas para incrementar la resiliencia en la solución de un problema la persona desarrolla sus propias presunciones sobre lo que le acontece, calculando posibles consecuencias en diferentes órdenes, y muy posiblemente, ha de tomar iniciativas tendentes a recuperar la normalidad.

Por otra parte, según Labrador (2014, p. 119), las citadas técnicas centradas en el problema "son las que previenen a ayudan a enfrentar los problemas a nivel laboral porque, aumentan los sentimientos de realización personal en el trabajo". Sobre esto, cabe destacar que los vendedores de las empresas multiniveles colombianas si emplean con mayor frecuencia dichas técnicas tendrán un carácter activo dirigido a la solución de los problema.

Asimismo, según Pérez (2009), entre estas técnicas se encuentra la elaboración y ejecución de un plan de acción, el cual ayuda a acentuar los aspectos positivos de la situación, buscar apoyo social y auto controlarse. También, Labrador (2014), menciona cinco tipos de técnicas centrado en el problema a saber:

1) Afrontamiento Activo: Se refiere a las acciones directas llevadas a cabo por el sujeto para alterar la situación e intentar cambiarla. Dicho de otro modo, es un proceso activo de resolución, lo cual implica un incremento del esfuerzo propio a fin de remover la causa del problema o mejorar sus efectos. Se podría citar un ejemplo muy común en los vendedores multiniveles, cuando un comprador es intolerante, éste antes de colapsar se dirige al mismo con un tono amigable, plantea la necesidad de adquirir el producto desde otra perspectiva, demostrando una actitud de amabilidad y respeto.

2) Planificación: Es un modo analítico y se refiere específicamente, a pensar en cómo afrontar un momento de adversidad, ideando estrategias de acción, pasos a seguir y buscando la mejor manera de manejar el problema. Si se toma en cuenta a los vendedores, en sus planificaciones diarias es común que sus actividades se desajusten a las establecidas. Para ellos utilizan estrategias de planificación debidamente estudiadas que resguarden este tipo de

circunstancias.

3) Búsqueda de apoyo social instrumental: Implica la búsqueda de recursos humanos que le puedan dar al sujeto un apoyo instrumental para manejar el problema en forma de información, consejo, apoyo económico, es decir, a través de esta estrategia, se utilizan herramientas que puedan aportar las personas del entorno.

4) Aceptación: Se refiere a la aceptación del problema. La persona que acepta la realidad de una situación parecería ser alguien interesado en sobrellevarla. La aceptación consiste en dos fases la aceptación real de como ocurre en la evaluación cognitiva primaria, y por otra parte la aceptación de una posible solución, que es parte de la evaluación cognitiva secundaria. La aceptación, es estar consiente de tener un problema y de saber qué hacer para resolverlo.

5) Optimismo: consiste en una expectativa generalizada de que los resultados serán positivos. Las personas con una actitud optimista parecen manejar mejor los síntomas de un problema laboral, esto parece deberse a que las técnicas de estas personas suelen estar centradas en el problema, la búsqueda de apoyo social y buscar los lados positivos de la experiencia negativa. Esto, les lleva a tener conductas optimistas comunes en los vendedores multiniveles, estos por su condición de ser poco sentimentales y más prácticos tienden rápidamente a buscar soluciones, aun cuando de momento no sean las más indicadas, pero sin embargo les ayuda a cumplir con sus objetivos de ventas.

Luego, del análisis realizado para efecto de la investigación se considera precisar las técnicas centradas en los problemas como aquellas que ayudan a establecer límites entre uno mismo y el medio con los problemas; desarrollando la capacidad de mantener equilibrio emocional del principio de realidad que permite analizar críticamente las causas y responsabilidades de la adversidad para buscar solución a la situación o problema.

3. Metodología

Esta investigación se cataloga como descriptiva según Hernández; Fernández, y Baptista, (2010, p. 156), consideran aquellas investigaciones que recoge información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, "tienen como finalidad describir situaciones o eventos"; es decir, cómo es y cómo se manifiesta un problema. Según los autores citados, en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

En cuanto al diseño de esta investigación es de tipo no experimental transeccional descriptivo, por cuanto no se busca manipular las variables de estudio; sino que se realizó su descripción a partir de su medición en función de los datos obtenidos en un solo momento, y solo presenta un panorama general de los indicadores de estudio.

De igual manera, en base a los datos recogidos para llevar a cabo la investigación, esta se ha tipificado como de campo, tal y como lo establece Tamayo, (2006), se está frente a un diseño de campo cuando los datos se recogen directamente de la realidad, caso de esta investigación, en la que los datos para estudiar la variable se obtendrán del mismo lugar donde se presenta la situación objeto de estudio, es decir, de la realidad de las empresas multiniveles colombianas.

Al respecto, la población para esta investigación se seleccionó considerando el criterio señalado, donde se buscó que todos presentaran características similares, constituyéndose por un total de 68 sujetos; compuestos por vendedores de las empresas multiniveles: Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; ubicadas todas en el municipio Valledupar-Departamento del Cesar en Colombia. Dicha población, tal como se muestra en el Cuadro 1.

Cuadro 1
Distribución de la población

--	--

EMPRESAS	VENDEDORES
Herbalife de Colombia	25
Amway de Colombia	22
Nu Skin de Colombia	21
TOTAL GENERAL	68

Fuente: Dirección de R.R. H.H. de las empresas (2015)

Por su parte, Tamayo, (2006), menciona los procedimientos para seleccionar una muestra tienen como objetivo obtener la mayor seguridad o probabilidad de que la muestra reproduzca las características de la población, y el criterio de selección de la muestra, dependerá del objetivo de estudio y de las intenciones del investigador.

También, define este autor lo que se conoce como censo poblacional, el cual permite estudiar en su totalidad las unidades informantes que integran la población. Con relación a término según Tamayo, (2006), se refiere al hecho cuando para la muestra entran todos los miembros de la población por ser el más representativo, y una población finita y accesible debido a que se conoce la cantidad de personas que la integran.

Así, para efecto del estudio la muestra con relación a la población está constituida por los 68 vendedores de las empresas multiniveles por considerarla accesible y que con ella se obtendrá todos los datos necesarios para poder analizar las variables. La misma se seleccionó a partir del criterio del censo poblacional, el cual según Tamayo (2006, p. 115) "es un recuento de todos los elementos que conforman el universo de estudio". Lo cual, se traduce que la muestra es la misma población.

En este sentido, la muestra de del estudio está constituida por el total de los 68 vendedores de las empresas multiniveles: Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; ubicadas todas en el municipio Valledupar-Departamento del Cesar en Colombia.

4. Análisis y discusión de los resultados

En este sentido, lo concerniente al objetivo a) donde se pretende caracterizar las técnicas de resiliencia en multinivel colombianas.

Tabla 1
Resultados de la Dimensión: Técnicas de resiliencia

Categoría	Técnicas centradas en la capacidad personal			Técnicas centradas en las emociones			Técnicas centradas en los problemas			Estadísticos			
	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total	Valor de la Altern.	%	Estad.Descrip
Siempre	9	7	6	2	7	3	1	2	10	47	235	7,68	
Casi siempre	10	8	10	5	9	0	2	8	10	62	248	10,13	

Algunas veces	11	11	10	16	10	6	12	20	20	116	348	18,95	Σ= 20,29 S2= 1,5 Máx.= 45 Mín.= 10
Casi nunca	18	18	12	20	16	27	25	13	13	162	324	26,47	
Nunca	20	20	30	25	26	32	28	25	15	225	225	36,77	
Total	68	68	68	68	68	68	68	68	68	612	1380	100	
% Ítem	2,37		2,11			2,30					2,25		

Fuente: Molina (2016)

De acuerdo a lo que presenta la tabla 2 referida a la dimensión: Técnicas de resiliencia, en esta se muestra la mayor efectividad de 36,77% en la alternativa de nunca, seguido con 26,47,% por la alternativa casi nunca, continuando 18,95% para algunas veces, casi siempre se ubicó con 10,13% y finalizando siempre reporta tan solo 7,68%. Donde se aprecia que la mayor tendencia de respuestas esta en las alternativas negativas con un 63,24% y las positivas 17,81%.

Con relación a la estadística descriptiva general de la dimensión se evidencia una media por sujeto de 20,29, desviación estándar de 1,5, un máximo de 45, mínimo de 10; en cuanto a la media por ítem de fue de 2,25. Lo que la ubica según el baremo que tanto los indicadores como la dimensión en una categoría de poco desarrolladas.

En relación a los hallazgos se confirmó que los encuestados objetos de estudio muestran que poseen poco desarrollo en cuanto a las técnicas de resiliencia; por lo que se puede concluir que poco se estimulan en los vendedores de las empresas multiniveles de Colombia; técnicas dirigidas a busca interactuar con su entorno de manera positiva; a que posean conocimientos para evaluar los sucesos que ocurren en su entorno y hacer frente a las situaciones adversas de manera positiva.

En este sentido, se interpreta el resultado sobre de la dimensión: Técnicas de la resiliencia, que las mismas son poco se desarrollan en las empresas Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; ubicadas todas en el municipio Valledupar-Departamento del Cesar en Colombia, ya que no se promueven el autocontrol emocional necesario para manejar adecuadamente las situaciones negativas que se le puedan presentar a los vendedores para que estos lleguen a adecuar sus reacciones emocionales a las demandas específicas de cada situación.

Por otra parte, poco se procuran desarrollar habilidades para potenciar las relaciones sociales y al mismo tiempo potencia una actitud activa para afrontar la existencia de problemas y prevenir los problemas a nivel laboral que pudieran presentar a los vendedores en un momento determinado en el cumplimiento de sus deberes laborales.

Tabla 2
Resultados de la Variable: Resiliencia

Categoría	Niveles de resiliencia	Técnicas de resiliencia	Estadísticos			
			Total	Valor de la Alternativa	%	Estad. Descrip

Siempre	29	47	76	380	6,21	$\Sigma = 18$ $S2 = 1,46$ Máx. = 45 Mín. = 9
Casi siempre	53	62	115	460	9,4	
Algunas veces	101	116	217	651	17,73	
Casi nunca	161	162	323	646	26,39	
Nunca	268	225	493	493	40,28	
Total	612	612	1224	2630	100	
% Ítem	2,04	2,25		2,14		

Fuente: Molina (2016).

Como se aprecia en la tabla 2, los resultados relacionados con la evaluación de la variable: Resiliencia, en esta se observan las media ponderada la cual se ubicó en 18 con una desviación estándar de 1,46; un máximo de 45, mínimo 9, en cuanto al porcentaje por ítem se ubicó en la variable un 2,14. De igual manera, se puede apreciar que de un total de 1224 respuestas emitidas 816 se ubicaron en las alternativas negativas, lo que refleja un mayor puntaje en las alternativas de nunca y casi nunca; con un porcentaje de 40,28 para nunca; casi nunca 26,39. Asimismo algunas veces ubico 17,73.

En efecto, las alternativas positivas solo acumularon 191 respuestas lo que refleja un promedio de 9,4% para casi siempre y 6,21% para siempre; en cuanto al mayor porcentaje este se ubicó en las negativas sumando un total de 66,67% y las positivas solo alcanzaron a un 15,61. Como se evidencia en la tabla la mayor cantidad de respuestas se acumularon en las alternativas negativas ubicando la variable según baremo poco desarrollada la resiliencia entre los vendedores de las empresas multiniveles.

En virtud de los resultados la variable: resiliencia, se presenta poco desarrollada, estando en contradicción con los postulados de Grotberg (2013) para quien la resiliencia es la capacidad de respuesta inherente al ser humano, a través del cual se generan respuestas adaptativas frente a situaciones de crisis o de riesgo. Esta capacidad deriva de la existencia de una reserva de recursos internos de ajuste y afrontamiento, ya sean innatos o adquiridos. De este modo la resiliencia refuerza los factores protectores y reduce la vulnerabilidad frente a las situaciones riesgosas.

En efecto, en las empresas Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; los vendedores presentan poco desarrollo de la resiliencia partiendo de los datos obtenidos se encuentra en poco desarrollada en las referidas empresas; siendo dichos resultados similares a los obtenidos por De Nicoló (2013), en su estudio denominado resiliencia organizacional; donde determinó las características y conductas resilientes fortalecen el proceso de gerencia participativa, los estilos de liderazgo y la participación.

5. Consideraciones finales

Luego de realizada la investigación, analizados, interpretados y discutidos los resultados sobre la variable resiliencia, se realizan unas consideraciones en referencia a caracterizar las técnicas de resiliencia en vendedores de empresas multinivel colombianas. En relación a la categoría Nunca, con un 37% de la dimensión técnicas de resiliencia, indica que poco se estimulan en los vendedores de las empresas multiniveles mediante las técnicas dirigidas a

busca interactuar con su entorno de manera positiva; a que posean conocimientos para evaluar los sucesos que ocurren en su entorno y hacer frente a las situaciones adversas de manera positiva. .

De igual manera, las mismas no están aplicándose con el fin de dar una respuesta al desequilibrio emocional de los vendedores; considerando que las mismas permiten dar solución a los problemas cambiando las actitudes negativas por actitudes proactivas y positivas; llevando a los vendedores a actuar sobre las respuestas emocionales y físicas relacionadas con el estrés, para poder mantener el ánimo y continuar funcionando bien.

Finalmente, no se promueven para ayudar a los trabajadores en su autocontrol emocional necesario para manejar adecuadamente las situaciones negativas que se le puedan presentar; a fin de que puedan canalizar y adecuar sus reacciones emocionales a las demandas específicas de cada situación. Por otra parte, poco se procuran desarrollar habilidades para potenciar las relaciones sociales y al mismo tiempo potencia una actitud activa para afrontar la existencia de problemas y prevenir los problemas a nivel laboral.

De acuerdo a lo antes mencionado se recomienda:

Dar a conocer los resultados del estudio a los gerentes, directivos y vendedores de las empresas Herbalife de Colombia; Amway de Colombia y Nu Skin de Colombia; ubicadas todas en el municipio Valledupar-Departamento del Cesar en Colombia,

Fortalecer mecanismos de resiliencia entre los vendedores mediante la realización de talleres y encuentros de reflexión grupal de los resultados de las ventas alcanzadas con todo el personal de las empresas, buscando fomentar reflexiones sobre los niveles y técnicas de la resiliencia que conduzcan a un verdadero, dominio emocional, y autovaloración como profesionales de ventas multiniveles.

En efecto, se recomienda la realización de jornadas de reflexión sobre dichas técnicas y la importancia de su aplicación para efectivamente tomar decisión sobre la relevancia de la resiliencia como habilidad que potencia el conocimiento individual y grupal desde una visión integral a fin de que los vendedores participen en la búsqueda de las soluciones de los problemas mediante decisiones que lleven a mantener una armonía institucional-social. Esto, a fin que se dispongan a trabajar en el desarrollo de las actitudes, habilidades y competencias que se requieren para que se llegue a la excelencia de las ventas.

Referencias bibliográficas

- Aldo L (2006). Resiliencia emocional. Afrontamiento interno. Madrid. Ediciones Pirámide
- Buendía J (2011). Estrés Laboral y Salud. Editorial Ovejuna. Buenos Aires.
- Carver, Charles S. y Scheier, Michael F. (2009). En la auto-regulación de la conducta. Editorial Cambridge University Press. México.
- Chiavenato, Idalberto (2012). Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. Editorial Thompson Internacional. México.
- Davis, M y Esheman, E. (2010). Técnicas de autocontrol emocional. Editorial Educativa. Barcelona-Esaña.
- De Nicoló (2013). Resiliencia organizacional como elemento potenciador de la gerencia participativa en Consejos Comunales. Tesis a nivel Doctoral. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo-Venezuela.
- Grotberg M, (2013). Estrategias de Refuerzo: Resiliencia. Editorial Paidós S.A Barcelona
- Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, P. (2010), Metodología de la investigación (4 ed.). Editorial McGraw Hill Interamericana. México.
- Labrador, F.J. (2014). El estrés. Nuevas técnicas para su control. Madrid. Editorial Masson S.A Barcelona

León, V. Fersen Harold (2015) .La resiliencia: su aplicación en el sector empresarial. Revista Contribuciones a la Economía. Febrero 2015. Artículo en línea, disponible en: <http://eumed.net/ce> Consultado 12/12/2015.

Melillo P, (2012). Sobre la necesidad de especificar un nuevo pilar de la resiliencia: En Resiliencia y subjetividad - Los ciclos de la vida. Editorial Cátedra. España.

Pérez, J. (2009). Resiliencia y Estrés laboral: Estrategias de afrontamiento ante situaciones límite. Editorial. Paidós S.A Barcelona.

Tamayo, Mario. (2006), El proceso de la investigación científica (4 ed.). México: Editorial Limusa.

Veliz, M. Fernando (2014). Resiliencia organizacional: El desafío de cuidar a las personas, mejorando la calidad de vida para las empresas. Editorial GEDISA. México.

1. Programa de Humanidades. Universidad del Atlántico. Magister en Educación. Especialista en Estudios Pedagógicos. Licenciada en Ciencias Sociales. Correo: desiredojeda22@gmail.com

2. Programa de Administración Financiera. Corporación Universitaria Latinoamericana. Magister en Educación. Investigador Asociado en Colciencias, Especialista en Estudios Pedagógicos. Administrador Financiero. Correo: steffensse@ul.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 61) Año 2017

[\[Index\]](#)

[En caso de encontrar un error en esta página notificar a [webmaster](#)]

©2017. revistaESPACIOS.com • ®Derechos Reservados