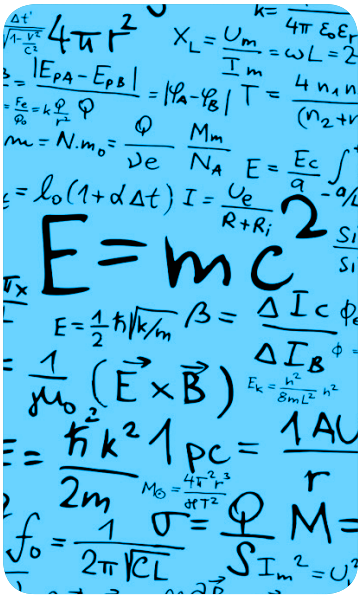
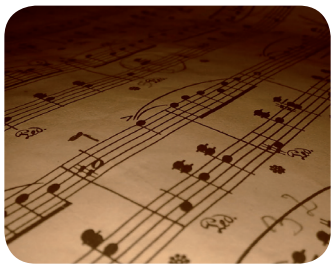


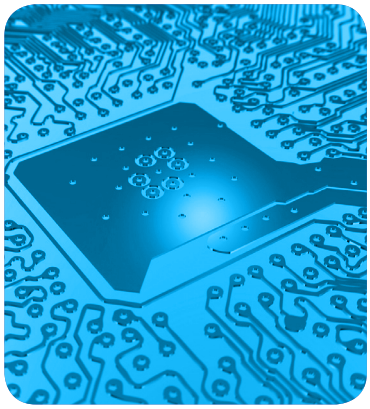
MÁSTERES de la UAM

Facultad de Psicología
/ 14-15

Dirección
de Recursos Humanos

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MADRID

excelencia Campus Internacional UAM CSIC



UAM EDICIONES

Impacto de las variables de personalidad en la respuesta ante situaciones de influencia

Irene Coello Aller

Título Reducido: Personalidad e influencia

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Máster en Dirección de Recursos Humanos

Impacto de las variables de personalidad en la respuesta ante situaciones de influencia.

Impact of personality variables on the response to situations of influence.

Autor: Irene Coello Aller

Dirección: Dr. Jesús María de Miguel Calvo

Madrid, Mayo 2015

Agradecimientos

Quiero dar las gracias en primer lugar a Jesús de Miguel por haberme orientado en el desarrollo de este trabajo, por su gran dedicación y entusiasmo. Gracias por todo el tiempo que has invertido enseñándome y guiándome en este proyecto. Gracias por toda tu atención y entrega dignas de admiración, creo que este trabajo no hubiera sido posible sin ellas.

Gracias a todas las personas que han participado en este estudio de forma desinteresada porque sin ellos no hubiera sido posible esta investigación.

Gracias a mi familia, compañeros y amigos por el apoyo prestado a lo largo de este año, por todas y cada una de las cosas que he aprendido de ellos.

Finalmente gracias a mi padres por haberme enseñado tanto y darme la oportunidad de seguir formándome y creciendo como persona día a día.

Índice

Resumen	1
Introducción	2 – 20
Los principios de influencia	5 – 11
Personalidad y diferencias individuales	11 – 20
Método	20 – 32
Participantes	20 – 21
Diseño	21 – 21
Variables, medidas y manipulaciones	22 – 31
Procedimiento	31 – 32
Análisis de datos	32 – 33
Resultados	34 – 43
Discusión	44 – 49
Conclusiones	49
Referencias	50 – 53

Personalidad e influencia

Resumen

El objetivo del presente estudio consiste en conocer si existe relación entre los rasgos de personalidad propuestos en el modelo PEN (psicoticismo, extraversión y neuroticismo), el deseo de control, la sensibilidad al castigo y al refuerzo con los seis principios de influencia propuestos por Robert Cialdini (reciprocidad, coherencia, validación social, simpatía, autoridad y atractivo físico) en base a estos principios se mide su capacidad de influencia, favorabilidad y confianza. Se precisa encontrar relaciones que permitan conocer si, en función de ciertas características de la personalidad los principios de influencia tendrán un impacto diferencial. En este estudio han participado 307 personas de las cuales 236 son de nacionalidad española y 71 de nacionalidad colombiana. Los resultados obtenidos muestran asociaciones interesantes que animan a seguir investigando, no obstante quedan lejos de arrojar la suficiente claridad para poder presentar un marco de acción sólido, parece mantenerse el postulado de universalidad de los principios de influencia, es decir, los principios de influencia tienen impacto en todas las personas con independencia de sus peculiaridades individuales y culturales.

Palabras clave: Principios de influencia, personalidad, confianza, deseo de control, sensibilidad al castigo, sensibilidad al refuerzo.

Abstract

The main purpose of this research is to investigate the current relation among the personality facts from PEN´s Model (Psicoticism, extroversion and neuroticism), the desire of control, the punishment and effort sensibility with the six Propused Influences from Robert Cialdini (reciprocity, coherence, social validation, sympathy, authority and physical attractiveness), based on those principles each one attend to their influence capacity, favorability and reliability. It is expected to find relations which let us know if, regarding to certain personality features, the influence principles will have a differential impact. In this research have participated 307 individuals, in which 236 of them with Spanish nationality and 71 Colombian. The results obtained demonstrate interesting associations that encourage to continue investigating, however they are far from demonstrating a clear solid theory. It seems that the universality influence principle will remain, that is to say, the influence principles have a clear impact in all the independent individuals no matter their individuality and the difference in cultural aspects.

Key Words: Influence Principles, personality, reliability, desire of control, punishment sensibility, effort sensibility.

Cada vez más nos vemos inmersos en nuestro día a día en situaciones de influencia, algunas de las cuales son más identificables que otras. Pongamos el ejemplo de las campañas publicitarias, o de los comerciales que nos llaman para vender algún producto o cambiar de compañía. Estos son ejemplos claros de influencia, el receptor o persona que recibe el mensaje sabe o identifica la intención de este, es decir, conseguir cambiar el juicio que se tiene sobre algo o alguien. Sin embargo, muchas veces, a pesar de identificar una situación como persuasiva, cambiamos nuestra opinión ¿Qué es lo que ha provocado dicho cambio? Por otro lado, existen situaciones de influencia en las que no identificamos a priori la intención persuasiva ¿Por qué accedemos a las peticiones de nuestros amigos o familiares? ¿Por qué tendemos a devolver un favor? ¿Por qué seguimos los consejos de un médico? La psicología social estudia las respuestas a estos interrogantes. De hecho, la definición clásica de Allport (citado en Morales y Moya, 2007) hace especial mención a la influencia como el núcleo central de la disciplina: el intento de comprender y explicar cómo el pensamiento, el sentimiento y las conductas de las personas individuales resultan influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas.

A pesar de la importancia de los procesos de influencia, en el desarrollo de la disciplina no son demasiados los desarrollos aplicados de la misma, exceptuando el campo del marketing dónde estos principios de influencia surten gran eficacia. La gran mayoría de marcas utilizan técnicas basadas en estos principios (e.g., las muestras gratuitas, técnica que se apoya sobre el principio de reciprocidad o el uso de etiquetas como “más de un millón de ejemplares vendidos” que aluden al principio de validación social). Los expertos en ventas sacan gran partido al uso de estos principios, el simple hecho de preguntar a un potencial cliente ¿Qué tal está? ¿Cómo le va? con el objetivo de obtener una respuesta superficial del tipo “bien” o “estoy muy bien gracias” hará que el cliente se sienta incómodo si se muestra tacaño en este contexto, una vez que ha admitido que sus circunstancias son favorables. Así mismo, Grandes empresas como Procter & Gamble o General Foods usan concursos en los que solicitan al consumidor que

exprese en pocas palabras por qué le gusta uno de sus productos, de esta forma la persona adopta un compromiso y tratando por tanto de ser coherente con los argumentos previamente redactados a la hora de elegir un mismo producto entre diferentes marcas habrá una mayor probabilidad de decantarse por el de la marca que ha descrito.

Tal y como comentaba anteriormente, a pesar de la importancia de estos principios, su aplicación fuera del campo del marketing o ventas es escasa. **La importancia de este estudio reside en la posibilidad de poder conocer y adaptar estos principios a las personas con las que se interactúa independientemente del contexto y en función de sus rasgos de personalidad.** Es decir, si entendemos la influencia como la fuerza que ejerce una persona sobre otra para inducir un cambio en su conducta, actitudes y valores (Munduate y Medina 2004), entonces la eficacia de estos principios puede incrementarse si se adaptan a las diferencias individuales. Por lo tanto, conocer las características que definen la personalidad de quien se quiere influir, hipotéticamente permitirá identificar cuál será el principio más eficaz en cada caso. Estos principios de influencia pueden ser aplicados en múltiples ámbitos tales como la política (e.g., el hecho de realizar favores determina que en un futuro estos sean devueltos de formas tales como el apoyo a la hora de modificar una ley). Un ejemplo paradigmático es el de Lyndon Jonhnson, quien consiguió que el congreso de los Estados Unidos apoyara y votara a favor de ciertos proyectos. Los politólogos observaron al detalle este caso, concluyendo que la causa de su influencia política no era tanto su inteligencia como la cantidad de favores realizados a otros legisladores durante los años que paso en la cámara de Representantes y en el Senado de Estados Unidos. También se encuentran en el ámbito laboral (e.g., algunas empresas explotan la regla de reciprocidad ofreciendo a sus trabajadores regalos o tarjetas de felicitación). Incluso, la reciprocidad puede emplearse en las negociaciones laborales. ¿Cómo? haciendo peticiones o demandas extremas que pueden usarse como punto de retirada para exponer las que realmente se desea. En consecuencia las demandas tendrán mayor probabilidad de ser aceptadas puesto que la disminución o reducción de dicha demanda será percibida por la persona como una concesión. Por su parte, los especialistas en el análisis de la conducta criminal han mostrado

especial interés en el uso de los principios de influencia en función de los rasgos de personalidad de los sospechosos para incrementar la eficacia en las entrevistas.

Son varios los estudios que han demostrado que características de la personalidad tales como la autoestima o la ansiedad, así como habilidades más generales como la inteligencia son factores determinantes a la hora de influenciar. Por ejemplo, McGuire (1985) afirma que las personas inteligentes tendrán un mayor conocimiento sobre el tema y por consiguiente será más difícil persuadirles, con la excepción de que los argumentos empleados sean argumentos complejos. En esta línea, diversos estudios muestran una relación negativa entre inteligencia y persuasión (Rhodes y Wood, 1992). Por su parte, aquellas personas con una alta autoestima analizarán y comprenderán mejor los mensajes complejos siendo por lo tanto más persuadibles ante mensajes racionales, mientras que en las personas con baja autoestima ocurrirá lo contrario McGuire (1985). Millman (1986) descubrió que aquellas personas con un estado intenso de ansiedad son más difíciles de persuadir. Se podría decir que la relación entre ansiedad y persuasión tiene forma de U invertida, siendo más efectiva la persuasión con personas con niveles de ansiedad medios. Son otras muchas las variables que pueden influir en el proceso de influencia tales como el género, siendo las mujeres más persuadibles (Taylor, Fiske, Etcoff y Ruderman, 1978) o la edad, siendo en los niños donde se observa mayor influenciabilidad (Saffar, Romon, Spinelli, y Nan, 1990). Si estas variables pueden determinar el grado de aceptación de un determinado mensaje cabe valorar la posibilidad de que otro tipo de variables de personalidad tales como el psicoticismo, la extraversión o el neuroticismo puedan ser la causa de una mayor o menor influencia. Tal y como postula Cialdini (2014) los principios de influencia son universales, es decir, operan de igual manera y sobre cualquier persona. Ahora bien, igualmente ciertos son los postulados sobre las diferencias existentes entre personas. Algunos de ellos especialmente relevantes en lo que se refiere a la influenciabilidad. Por ejemplo, las diferencias en condicionabilidad. Queda demostrado que son más fáciles de condicionar las personas introvertidas y estables emocionalmente que aquellas personas extrovertidas y con altas puntuaciones en neuroticismo (De Juan y García, 2004). Dado que los

extrovertidos son más difíciles de condicionar, y entendiendo que la mayor parte de la socialización se produce mediante condicionamiento, la posibilidad de que las personas con alta extraversión desarrollen hábitos socialmente menos deseables será mayor que en las personas con altas puntuaciones en introversión. Los introvertidos al ser fácilmente condicionables, desarrollarán hábitos fundamentalmente socializadores. Lo mismo ocurre con la sensibilidad al castigo y al refuerzo siendo las personas extravertidas más sensibles al refuerzo y las introvertidas al castigo. Los principios de influencia son universales, funcionan, pero ¿funcionan mejor en unas personas que en otras? Hasta el momento conocemos que, desde la psicología social, se ha estudiado el impacto de los principios de influencia bajo el paradigma ¿cómo responde la mayoría de las personas ante una misma situación? Por su parte, desde la psicología de la personalidad y las diferencias individuales, se ha estudiado la tendencia a ser influenciables bajo el paradigma ¿cómo se mantiene estable la conducta de una persona ante diferentes situaciones? Que conozcamos, no existen estudios que hayan intentado relacionar los principios de influencia con las dimensiones de personalidad propuestas en el presente trabajo. Por lo tanto, el objetivo del estudio consiste en conocer si hay algún tipo de personas que responden en mayor medida que otras a los principios de influencia.

Principios de influencia

Cialdini (1984/2014), identificó seis principios fundamentales de influencia: reciprocidad, compromiso/coherencia, validación social, autoridad, simpatía y escasez. La eficacia de todos ellos reside en que se han convertido en un patrón de respuesta fija, estándar, automática.

La complejidad provocada por las múltiples variables intervinientes en un proceso de toma de decisiones, nos invita a tomar atajos limitando la racionalidad (Kahneman, 2003). Por ello, el ser humano tiende a usar principios estereotipados (e.g., la asociación entre precio y calidad, se tiende a pensar que lo caro es mejor). Este tipo de respuestas se ha incrementado en los tiempos actuales, según algunos investigadores, derivado del ritmo de la vida moderna que no nos permite reflexionar lo suficiente en nuestra toma de decisiones, incluso cuando se trata

de asuntos propios importantes (Milgram, 1970). La finalidad o función de estos heurísticos o atajos mentales es proporcionar al ser humano la capacidad de hacer frente de forma rápida a la gran cantidad de información que recibe cada día. Por lo tanto, podemos distinguir entre una respuesta automática y una respuesta controlada. La respuesta controlada es producto de un análisis riguroso de toda la información en su conjunto (Chaiken y Troppe, 1999). Obviamente, los principios de influencia funcionan como respuestas automáticas y, al estar limitada su racionalidad o procesamiento sistemático de la información, nos pueden llevar a cometer errores y tomar decisiones de las que nos podemos arrepentir más tarde (Cialdini, 2014). Tras casi medio siglo de investigación en este campo, los seis principios identificados por Cialdini (1984) han mostrado suficiente solvencia gracias a los múltiples trabajos de investigación experimentales y aplicados que avalan su funcionalidad (Cialdini, 2014, para una revisión).

El principio de ***reciprocidad,*** como su propio nombre indica, hace referencia a una respuesta de devolución o compensación por algo que se ha recibido previamente. El ser humano tiende a tratar a las personas tal y como estas le tratan a él. Podríamos asociar este principio con las conocidas frases "*hoy por ti, mañana por mí*" o "*No hagas a los demás lo que no te gusta que te hagan*". Esto explica por qué, en muchas ocasiones, accedemos a la petición de una persona que previamente nos ha realizado una concesión o favor. Además, el hecho de recibir algo de alguien activa en nosotros la obligación de devolverlo, incluso en mayor medida, sin necesidad de que esto haya sido solicitado. Aquellas personas que violan la regla de la reciprocidad (i.e., que acepta un favor y no lo devuelve) se las percibe o se las atribuye determinadas etiquetas tales como la de "gorrón" generando además una gran aversión hacia ellas. La investigación que avala el funcionamiento del principio es muy amplia. Por ejemplo, Burger (1986) comprobó la eficacia de vender un lote de productos cuando se acompaña de un regalo. La regla de la reciprocidad funciona en la mayoría de las relaciones. Sin embargo, en ciertas relaciones de larga duración, tales como las familiares o de amistad, puede ser indeseable e innecesaria. En estas relaciones comunales (Clark y Mills, 1979; Mills y Clark, 1982), lo que se intercambia recíprocamente es el deseo de conceder a la otra persona lo que necesite cuando

lo necesite (Clark Mills y Corcoran, 1989). De hecho, y como ejemplo, en las comunidades quechuas de los andes peruanos el principio de reciprocidad es ley, ley que prescribe que el favor se debe devolver en la misma cantidad y en el menor tiempo posible. De no ser así, las relaciones entre los miembros de la comunidad se deterioran y se transforman en estructuras mafiosas (De Miguel, 2003). Algo que enlaza con ciertos planteamientos de la antropología cultural en cuanto ésta sostiene que la reciprocidad, como una "red de deudas y obligaciones", funciona como un mecanismo de adaptación que permitió al ser humano la división del trabajo, el intercambio de bienes y servicios, así como la creación de interdependencias que enlazan a los individuos en unidades altamente eficaces (Ridley, 1997).

El principio de ***Compromiso y Coherencia*** parte de la idea de que el ser humano busca ser y parecer coherente consigo mismo y sus acciones. La Teoría de la Disonancia Cognitiva (Festinger, 1957) explica suficientemente los fundamentos de este principio. Si dicha coherencia no se da (i.e., si se actúa de forma diferente a como se piensa o se piensa de forma diferente a como se actúa) entonces aparecerá la disonancia, generando en la persona inquietud, ansiedad y malestar; lo que llevará a adecuar los pensamientos a la conducta o la conducta a los pensamientos. Ahora bien, la coherencia como principio de influencia funciona toda vez que alguien se haya comprometido con una postura, entonces será más proclive a aceptar peticiones para realizar nuevas conductas coherentes con tal postura. Además, la persona que está siendo influenciada no percibe la existencia de ninguna presión para ser convencida. Más bien, es la propia presión personal de ser consecuente con el compromiso asumido, la que lleva a actuar de forma que se justifique la decisión anterior. No obstante, la presión social está funcionando, ya que es socialmente valorado caracterizarse como persona coherente (López, 2007).

El principio de ***Validación o Consenso Social*** defiende la idea de que las personas determinan lo que es correcto y lo que no a través de lo que otras personas piensan que es correcto. Este principio se aplica especialmente en las situaciones en que decidimos qué es lo que constituye una conducta válida y dicha decisión se basa principalmente en la observación de los otros. Festinger (1954) introduce el término comparación social entendido como las

comparaciones que realiza una persona de sus opiniones y habilidades en relación a las de su grupo siendo esto lo que le permitirá evaluar su propio ajuste a nuevas situaciones. Esta necesidad de compararse, como postulan Gilbert, Price y Allan (1995), es filogenéticamente muy antigua, biológicamente muy poderosa y reconocible en muchas especies. Sin embargo distinguimos dos tipos de influencia. Por un lado, *la influencia informativa o norma descriptiva*, lo correcto se determina con base en la observación del comportamiento de las personas que nos rodean en una situación dada. Pero, la aprobación social de un determinado comportamiento o conducta no se logra únicamente imitando el de la mayoría sino que en cada contexto hay una serie de normas qué determinan qué se debe hacer, esto es lo que llamamos *influencia normativa.* La influencia normativa hace referencia a aquellas situaciones en las que las personas aceptan las normas o expectativas aprobadas por el medio social en el que se desenvuelven. La *norma perceptiva*, en este caso, responde a la idea de actuar en congruencia con las prescripciones legales o morales establecidas. El principio de validación social se puede formular del siguiente modo: *se debe ser más proclive a acceder a una petición si lo que se demanda es consistente con lo que hacen o piensan los demás* (Cialdini y Sagarin, 2005). Esta definición explica la eficacia de frases como "el bestseller del año" o "el programa de máxima audiencia". El heurístico que opera bajo este principio es que si muchas personas coinciden en apreciar un determinado producto lo más probables es que realmente valga la pena.

En cuanto al principio de ***simpatía***, se demuestra que existe una mayor probabilidad de acceder a una petición realizada por una persona que percibimos agradable y simpática que ante una petición formulada por una persona en la que no reconocemos esas cualidades. Esto se explica por medio de un proceso de asociación en el que se tiende a añadir a la característica relevante otras características positivas. Este principio opera a través del componente afectivo de la actitud, cuando se está ante una situación agradable se experimenta un estado afectivo positivo que favorece la influencia, la simpatía por lo tanto se emplea con el fin de influir en los demás creando ese estado afectivo positivo. Son muchos los políticos que aparecen en compañía de famosos para participar así de la simpatía que estas personas provocan en el público. Es muy frecuente además el uso del almuerzo o comidas durante una negociación puesto que el hecho

de compartir una comida aumenta la simpatía y en consecuencia las concesiones. Adicional a esto, en un proceso de interacción existen varios factores que pueden provocar simpatía en los demás siendo cuatro los fundamentales: el atractivo físico, la semejanza, los elogios y la familiaridad. En los estudios realizados sobre el *atractivo físico* se ha comprobado que aquellas personas de mayor belleza reciben un trato más favorable ante el sistema judicial; cuando las personas evalúan solicitudes de trabajo ficticias o escuchan las pruebas de un juicio simulado contra un acusado, los candidatos o acusados más atractivos se sitúan mejor que sus iguales menos atractivos (Cash et al., 1977 y Kulka y Kessler, 1978 respectivamente). Otro de los factores favorecedores de la simpatía es la *semejanza* en opiniones, en aficiones e incluso en cosas triviales (Carli, Ganley y Pierce-Otay, 1991). Drachman, de Carufel e Insko (1978) comprobaron el peso que tienen los *halagos* sobre el sentimiento de aceptación. Por último, mostrando el impacto de la *familiaridad*, un ingenioso estudio mostró como, cuando se enseña a una persona una foto suya con la imagen normal y otra con la imagen especular (como nos vemos ante un espejo), la persona que había servido de modelo prefería la foto con imagen especular y los amigos la normal. (Mita, Dermer y Knight, 1977).

Otro de los principios de influencia es el principio de ***autoridad o poder***, este principio se puede apreciar claramente reflejado en los estudios de Milgram (1974) quien impresionado por los hechos que habían tenido lugar en la Alemania nazi, trató de buscar una explicación al Holocausto. ¿Por qué los nazis consiguieron que parte del pueblo alemán los secundara en sus actos criminales? Para responder a esta pregunta, Milgram intentó reproducir en su laboratorio las condiciones de obediencia a una autoridad legítima que se dieron en la Alemania nazi. Y es en estos estudios dónde se encuentra la evidencia de la fuerte presión que ejerce la autoridad en nuestra sociedad para lograr nuestra conformidad con sus órdenes. Actuando en contra de sus propias preferencias, muchas personas estaban dispuestas a someter a otra persona a descargas eléctricas solo porque se lo había ordenado una figura de autoridad. Este tipo de obediencia a las autoridades legítimas procede de las prácticas de socialización diseñadas para inducir en los miembros de la sociedad la idea de que tal obediencia constituye una conducta correcta. No son solo las prácticas de socialización las que garantizan la obediencia a la autoridad sino que existe

otro motivo que garantiza su eficacia y es que se tiende a asociar un mayor conocimiento y experiencia a aquellas personas que ocupan un puesto alto en una jerarquía. Además son los símbolos asociados a la autoridad los que muchas veces hacen que las personas reaccionen de forma automática. Tres tipos de símbolos han resultado especialmente eficaces para desencadenar una respuesta de aceptación a las demandas solicitadas: los títulos académicos, la indumentaria y los adornos asociados al estatus. Por ejemplo, se atiende más la petición de una persona que va de uniforme que si va de paisano (Bickman, 1974); hay mayor probabilidad de seguir a una persona que cruza la calle con el semáforo en rojo si va bien vestida que si lo hace una persona mal vestida (Lefkowitz, Blake y Mouton, 1955); o, cuando el semáforo se ha puesto en verde, se respeta más si tarda en arrancar un coche lujoso que si se trata de un coche viejo, al que inmediatamente se le pita (Doob y Gross, 1968).

Finalmente, el principio de ***escasez*** defiende la idea de que se tiende a percibir como más valioso aquello menos accesible, se tiende a pensar que las cosas difíciles de conseguir son mejores. Cuando algo no es accesible nuestra libertad se ve coartada lo que puede provocar un deseo de conseguir aquello que resulta difícil. La eficacia de este principio reside, por un lado, en que las cosas difíciles de alcanzar se suelen considerar más valiosas y, por otro lado, en que a medida que perdemos la posibilidad de poseer o conseguir ciertas cosas, perdemos también ciertas libertades. Lo que hace aumentar el deseo de conseguirlas más que en un principio. Según la teoría de la reactancia psicológica, siempre que nuestra libertad se ve coartada, el deseo de recuperarla se acrecienta (Brehm, 1966; Brehm y Brehm, 1981). Por esa razón, tendemos a tratar de conseguir todo aquello que nos está prohibido o que es difícil. El heurístico que funciona es el de no dejar pasar una oportunidad que se presenta como única, exclusiva o prohibida. Varios estudios han demostrado que se tiende a creer más en aquella información que ha sido prohibida, incluso sin haber llegado a conocerla personalmente (Worchel y Arnold, 1973; Worchel, Arnold y Baker, 1975). Los resultados obtenidos en un estudio realizado con jurados constituyen un buen ejemplo de cómo el principio de escasez guía nuestra conducta. Se suministraba una información que podía perjudicar al acusado. A los miembros de uno de los grupos, el juez les pedía que no tuvieran esa información en cuenta mientras que en el otro no se

les decía nada al respecto. El grupo al que se pidió que no considerara la información al emitir el veredicto, aumentó la pena del acusado en relación con el otro grupo (Wolf y Montgomery, 1977). Este principio también es aplicable al modo en que evaluamos la información. En aquellas situaciones en las que la información es escasa la tendencia es un aumento del deseo de conocerla y generar una actitud positiva hacia ella.

Personalidad y diferencias individuales

Tratar de dar respuesta a la pregunta ¿Qué es la personalidad? Constituye una tarea de gran relevancia para tratar de comprendernos a nosotros mismos y saber qué somos. La pregunta por la personalidad humana puede hacerse desde muchas perspectivas, así por ejemplo han sido muchos los novelistas o filósofos que se han preguntado por la personalidad y han respondido a través de la descripción de personajes. No obstante la ciencia trata de responder esta pregunta mediante el uso de métodos que garanticen la objetividad. A lo largo de la historia de la psicología son muchas las teorías que han sido formuladas para estudiar la personalidad y lo han hecho desde diversas perspectivas. Las más habituales se pueden catalogar en cuatro tipo: factoriales, conductuales, cognitivas y biológicas (ver tabla 1):

Tabla 1. Teorías de la personalidad (elaboración propia)

Teorías de la personalidad

Teorías factoriales	Teorías cognitivas	Teorías biológicas	Teorías conductuales
Tª de J.P. Guildford	Tª de H.J. Eysenck y M.W. Eysenck	Tª de H.J. Eysenck	Conductismo Operante (B.F. Skinner)
Tª de R.B. Catell	Tª de A. Bandura	Tª DE J.Gray	Conductismo Psicológico (A. W. Staats)
Tª de H.J. Eysenck	Tªde W.Mischel y E. Shoda	Tª de J.Brebner	Teoría del aprendizaje social (A. Bandura)
Tª de los Big Five		Tª M. Humphreys y W. Revelle	Enfoques E-R (H. J. Eysenck y J. Wolpe)

Las *teorías factoriales* ofrecen una visión de conjunto, es decir, mapas de la estructura de personalidad en los que se sitúan las principales propiedades y se especifican sus relaciones. Las *teorías cognitivas* responden a la pregunta ¿Cuál es la dinámica de la personalidad?, tratando de explicar su funcionamiento. Las *teorías conductuales* se centran en el estudio de las acciones observables en situaciones particulares para explicar la conducta. Juegan un papel muy importante en estas teorías el estudio del ambiente y de las experiencias. Finalmente, las teorías biológicas de la personalidad tratan de dar respuesta a la pregunta qué es la personalidad basándose en explicaciones fundamentalmente centradas en aspectos físicos y fisiológicos. En el presente trabajo se ha optado por una teoría que convive en los diferentes tipos, la teoría de H. J. Eysenck.

Eysenck (1971) define la personalidad como la organización más o menos estable y duradera del carácter, temperamento, intelecto y físico de una persona que determina su adaptación única al ambiente. La personalidad se compone de un conjunto de rasgos (psicoticismo, extraversión y neuroticismo) dichos rasgos son independientes entre sí y muestran además una gran estabilidad a lo largo del tiempo. Ello es la causa de que el comportamiento de las personas sea también estable a lo largo del tiempo y también en diferentes situaciones, por lo que los rasgos de personalidad marcarán una disposición del comportamiento. Por conducta se entiende el comportamiento manifiesto que puede observarse puntualmente atendiendo a las demandas de la situación y al margen de las tendencias de personalidad. Esto quiere decir que una persona podrá comportarse de manera diferente, incluso contraria, a lo que sus rasgos de personalidad nos indican. Eso sí, cuando dicha persona percibe que en esa situación es necesario desempeñar un rol diferente al que desempeña habitualmente. Sin embargo, el hecho de comportarse de manera diferente a como uno es realmente, demanda una gran cantidad de esfuerzo, por lo que resultará complicado mantener dicho comportamiento.

El modelo de Eysenck es un modelo de Diatésis – Desarrollo, entendiendo por Diatesis la propensión del comportamiento que tiene una carga genética y biológica y por Desarrollo aquellas modificaciones producidas como consecuencia del aprendizaje de cada persona a lo largo de su desarrollo. Profundizando más en este modelo distinguimos entre dos tipos de

rasgos: *rasgos fuente*, hacen referencia a lo que conocemos como temperamento, es decir el carácter individual de la constitución de una persona y que afecta a la manera de pensar sentir y actuar. Formarían parte de este grupo los rasgos de personalidad mencionados (psicoticismo, extraversión y neuroticismo). *Rasgos de superficie*, son aquellos que podríamos clasificar como accidentales y que varían. Para los rasgos fuente existe un grado considerable de condicionamiento genético. Estudios con gemelos (Lykken 1982; Lohelin y Nichols 1976) sugieren una heredabilidad para rasgos del temperamento que oscila entre el 60% y 70%. Además de la heredabilidad, existe otro factor determinante de dichos rasgos, el ambiente. Se identifican dos tipo de ambiente: por un lado, el ambiente intrafamiliar o ambiente específico, cuya influencia afecta a cada persona en particular. Por otro, el ambiente interfamiliar o común que afecta por igual al conjunto de personas. Es importante mencionar el hecho de que casi toda la variabilidad ambiental es prácticamente intrafamiliar. Jerárquicamente se proponen cuatro niveles que explican la relación entre rasgos de personalidad y comportamientos específicos. En el ápice de la jerarquía se encuentran los tres grandes rasgos, rasgos fuente o **suprafactores** (psicoticismo, extraversión y neuroticismo), por debajo de ellos residen un conjunto de **factores** más específicos cuya naturaleza se ve influida por el ambiente. En un nivel inferior encontramos los **hábitos** y, por debajo de estas respuestas habituales, se sitúan las **respuestas específicas** a situaciones concretas. En la presente investigación se han considerado los tres rasgos fuente de la personalidad.

Extraversión/Introversión

Una persona con puntuaciones altas en extraversión se caracteriza por ser una persona sociable, con una amplia red de amistades, que prefiere actividades que impliquen el contacto o relación con otras personas antes que actividades que se realizan en solitario. Suele tratarse también de personas que tienden a buscar la excitación y con cierta tendencia al riesgo, son además personas impulsivas y optimistas. Tienden a enfadarse rápidamente y a ser agresivas.

Una persona con bajas puntuaciones en extraversión, o lo que es lo mismo, una persona introvertida se caracteriza por ser tranquila, retraída, introspectiva, reservada y distante. Suelen ser personas también previsoras las cuales desconfían de los impulsos momentáneos. No suelen enfadarse y tratan de controlar cuidadosamente sus sentimientos con el fin de mantener cierta estabilidad.

El fundamento fisiológico de esta dimensión se sitúa en el funcionamiento del Sistema Nervioso Central y más concretamente en los sistemas de arousal cortical. La función del dicho Sistema Nervioso Central es regular el nivel de excitación del Cortex cerebral por medio del Sistema Activador Reticular Ascendente (SARA). El nivel de excitación y su control se denomina "Nivel de Arousal". Las personas con altas puntuaciones en Extraversión tienden a una infra – activación cortical, es decir, poseen un bajo aorusal. Esto se traduce en que una persona extrovertida tenderá a buscar estimulación para tratar de elevar el arousal cortical. Pero, una vez habituada a esa estimulación el arousal volverá a disminuir ya que ya no se trata de un estímulo novedoso y esto hará que la persona busque de nuevo nueva estimulación. Esto explica por qué las personas extrovertidas muestran una mayor tendencia al aburrimiento, tienden a ser impulsivos, y buscadores de sensaciones. Por otro lado, las personas introvertidas se caracterizan por una sobreactivación del sistema cortical y por lo tanto un alto arousal ocurriendo justamente lo contrario que con las persona extravertidas, es decir, al disponer de un alto arousal la persona introvertida tratará de mantener ese nivel de activación por lo que su búsqueda de estimulación es menor, además su activación ante estímulos novedosos es más lenta que la activación en personas extravertidas y una vez alcanzada dicha activación tiende a mantenerse por lo que su tendencia al aburrimiento es menor.

Neuroticismo o inestabilidad/Estabilidad emocional (N)

Aquellas personas que obtienen puntuaciones altas en neuroticismo son personas que tienden a la hipersensibilidad emocional y a las cuales les cuesta volver a la normalidad tras las experiencias emocionales. Suelen ser personas ansiosas, preocupadas y con frecuentes cambios

de humor. Suelen ser además personas con baja autoestima, tímidas y con sentimientos de culpa. Cuando esta puntuación alta en neuroticismo aparece junto a una puntuación media en extraversión es bastante probable que el sujeto se muestre inquieto, impulsivo y excitable. Sin embargo cuando aparece junto con una puntuación alta en extraversión nos encontraremos con una persona buscadora de sensaciones, muy excitable e incluso agresiva.

Las personas con puntuaciones bajas en neuroticismo o personas emocionalmente estables son aquellas que tienden a responder emocionalmente con un tono bajo volviendo además a su estado habitual rápidamente tras episodios o situaciones emocionales. Suele tratarse de personas calmadas, controladas y despreocupadas. Si esta puntuación baja en neuroticismo aparece combinada con una puntación baja en extraversión nos encontramos con la personalidad "flemática" mientras que sí aparece junto con puntuaciones altas en extraversión nos encontramos con la conocida "personalidad fuerte" caracterizada por una gran resistencia psicológica.

El Sistema Nervioso Autónomo o sistema límbico se encarga de la creación y transmisión de impulsos emocionales así como también del mantenimiento de las funciones generales corporales. Lo que hace el sistema límbico es interpretar la experiencia que vive una persona en términos de sentimientos. El sistema Nervioso Autónomo se constituye por dos sistemas; por un lado encontramos el sistema simpático el cual se encarga de las reacciones de ataque y huida y su función es preparar o adaptar al organismo para poder hacer frente a determinadas situaciones de ataque o lucha. Este sistema simpático se asocia con la emocionalidad negativa. Por otro lado nos encontramos con el sistema parasimpático el cual se encarga de equilibrar las acciones del sistema parasimpático, y se relaciona con la emocionalidad positiva. Aquellas persona con puntuaciones altas en neuroticismo se caracterizan por un Sistema Nervioso Autónomo sensible e inestable, la consecuencia de esto es que dichas personas mostrarán un humor variable con comportamientos ansiosos consecuencia esto a su vez de las fuertes reacciones que experimenta la persona ante estímulos no placenteros o dolorosos. En contraposición aquellas personas con puntuaciones bajas en neuroticismo y por

lo tanto emocionalmente estables, tienden a manifestar un comportamiento emocionalmente ajustado a las situaciones y con bajo estrés.

Psicoticismo

Aquellas persona que obtienen puntuaciones elevadas en este rasgo se caracterizan por ser personas solitarias, despreocupadas, con frecuencia tienden a crear problemas a los demás, suelen ser personas crueles, frías, insensibles, suelen además tener falta de sentimientos de culpa y carecer de empatía. Pueden mostrarse hostiles incluso con las personas más cercanas llegando también a ser agresivos, además desprecian el peligro.

Por su parte, quienes obtienen bajas puntuaciones en psicoticismo son personas muy empáticas así como también altruistas que buscan un buen clima social. Se trata de personas convencionales y muy socializadas.

El psicoticismo está relacionado con el sistema neuronal responsable del control inhibitorio de la amígdala y también con el metabolismo de la serotonina. La principal función de la amigdala es tratar de garantizar la supervivencia de la persona ante situaciones de riesgo. Su activación se ha venido relacionando al comportamiento agresivo, ante situaciones o estímulos inductores de miedo o de desafío se producirá la estimulación de la amígdala y la persona tenderá a responder de manera automática con impulsividad, desafío y agresividad. En cuanto al cortex prefrontal, tiene la función de regular la amígdala, lo cual significa que un cortex prefrontal reducido tendría como consecuencia una pérdida de la inhibición o control de estructuras subcorticales y conductualmente esto se traduciría en comportamientos arriesgados, irresponsables, transgresores y agresivos pudiendo también predisponer a la persona a cometer actos violentos. En cuanto la relación con la serotonina los estudios realizados sobre un derivado metábolico suyo, el 5 HIIA, han descubierto que este derivado actúa como un interruptor de la violencia. Ante un estímulo amenazante un descenso pronunciado de serotonina provocaría el comportamiento impulsivo de agresión, mientras que por el contrario

su incremento provocaría la huida. Por lo general aquellas personas con puntuaciones altas en Psicoticismo tienen niveles anormalmente bajos de serotonina.

Además de los tres grandes rasgos de la teoría de Eysenck, es importante reseñar la asociación que mantienen la extraversión y el neuroticismo con los dos motivadores de corte biológico por excelencia: la activación y la inhibición así como su traducción en las tendencias individuales a responder diferencialmente al refuerzo o al castigo. La Teoría de Gray (1981) se centra en el estudio de las dimensiones de introversión y neuroticismo, y emplea dichas dimensiones para el estudio de las diferencias individuales en impulsividad y ansiedad. Además de esto se establece que existe una relación entre impulsividad y señales de recompensa y ansiedad y señales de castigo. En cuanto a la ansiedad esta depende del Sistema de Activación Conductual (BAS) y la ansiedad depende del Sistema de Inhibición Conductual (BIS).

BIS: Introversión y Neuroticismo

El BIS o Sistema de Inhibición Conductual es el encargado de regular el drive emocional evitativo. Este sistema predomina en aquellas personas con altas puntuaciones en introversión y neuroticismo. Las personas que poseen un alto BIS tienden a ser ansiosas así como a anticipar sucesos que resulten desagradables debido a la liberación de serotinina con la activación de este sistema, por lo que aquellas conductas de evitación basadas en el temor y preocupación serán más frecuentes en estas personas que las conductas de aproximación.

Ante la posibilidad de una situación/recompensa apetitiva el sujeto con un elevado BIS mostrará contención y anhelo, si obtiene la recompensa se alegrará y si no la obtiene mostrará tristeza. Por el contrario, ante la posibilidad de una situación/recompensa aversiva, el sujeto anticipará la contingencia con temor y ansiedad. Si la recibe mostrará tristeza y si no la recibe se sentirá aliviado y seguro (De Juan, E. 2004).

BAS: Extraversión y Neuroticismo

El BAS o Sistema de Activación Conductual regula el drive emocional apetitivo. Este sistema predomina en personas con altos niveles de extraversión y neuroticismo. La impulsividad, resultante de la liberación de dopamina, es el rasgo que caracteriza a los extravertidos neuróticos, en especial en su deseo de aproximación a estímulos que les resultan apetitivos. Es por ello que las conductas de aproximación serán más frecuentes que las conductas de evitación debido a su alta sensibilidad al refuerzo.

Las personas con un alto BAS tenderán a mostrarse impacientes ante la posibilidad de obtener un estímulo apetitivo, en el caso de finalmente obtenerlo mostrarán alegría pero en el caso contrario mostrarán respuestas de enfado e irritabilidad Por otro lado, ante la posibilidad de enfrentarse ante un estímulo aversivo el sujeto anticipará la contingencia con ansiedad, si la recibe mostrará tristeza y si no la recibe sentirá alegría y calma. (De Juan, E. 2004)

Tabla 2.
Motivación y emoción del BIS y el BAS ante la expectativa y recepción de contingencias (De Juan, 2004)

	Contingencia	**BIS**	**BAS**
Expectativa	Apetitiva	Contención, Anhelo	Impaciencia, Ilusión.
	Aversiva	Temor	Ansiedad
Recepción	Apetitiva	Alegría	Alegría, Regocijo
	Aversiva	Tristeza	Tristeza
No Recepción	Apetitiva	Tristeza	Enfado, Irritabilidad
	Aversiva	Alivio, Seguridad	Alegría, Calma.

Por último, y considerando otro rasgo de personalidad de carácter motivacional, que predispone a comportarse de manera diferencial ante múltiples situaciones, encontramos el deseo de control. Este rasgo indica la medida en la que una persona se esfuerza por tomar sus propias decisiones, por controlar lo que sucede a su alrededor, influir en los demás o asegurarse de que las cosas salgan como ella que cree que deben salir.

En función de las evidencias anteriores, se plantea como objetivo: conocer si hay algún tipo de personas que responden en mayor medida que otras a los principios de influencia y se pueden contrastar las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1. Se espera que a mayor puntuación en neuroticismo se incrementen los índices de influencia, mientras que disminuyan los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

Hipótesis 2. Se espera que a mayor puntuación en extraversión disminuyan los índices de influencia, mientras que aumentarán los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

Hipótesis 3. Se espera que a mayor puntuación en psicoticismo disminuirán los índices de influencia, mientras que los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos se mantendrán constantes.

Hipótesis 4. Se espera que a mayor puntuación en sensibilidad al refuerzo disminuyan los índices de influencia, mientras que aumenten los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

Hipótesis 5. Se espera que a mayor puntuación en sensibilidad al castigo se incrementen los índices de influencia, mientras que disminuyan los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

Hipótesis 6. Se espera que a mayor puntuación en deseo de control se incrementen los índices de influencia, de favorabilidad y de confianza en sus pensamientos.

Para estudiar las relaciones mencionadas, es necesario planificar un diseño que cubra tres necesidades: a) conocer las diferencias individuales en las diversas características de personalidad mencionadas, para ello será necesario disponer de instrumentos de medida que nos permitan cuantificar tales características, b) diseñar diferentes situaciones que representen los seis principios de influencia, por lo tanto es necesario inducir a los participantes, mediante una manipulación experimental, a condiciones que simulen el uso de los principios y c) medir el grado de aceptación ante cada una de las situaciones de influencia por parte de los participantes. El grado de aceptación debe considerar los tres aspectos básicos del comportamiento humano: la

acción, es decir la aceptación de la propuesta como tal (índice de influencia); la actitud, es decir, la medida en esa acción nos resulta favorable (índice de favorabilidad) y algún elemento cognitivo, metacognitivo en este caso, como es la confianza mostrada ante la aceptación (nivel de confianza).

Método

Participantes

En el estudio han colaborado de forma voluntaria 307 personas de las cuales 236 son de nacionalidad española y 71 de nacionalidad colombiana. Del total de participantes 187 son mujeres y 120 hombres. En lo referente a los participantes de nacionalidad española, de las 236 personas, 93 son hombres y 143 mujeres. En el caso de la muestra de nacionalidad colombiana 27 son hombres mientras que las restante 44 personas son mujeres. Todos los participantes se encontraban en situación laboral activa.

La edad media es de 29,38 (DT=11,41) y un rango de 16 a 70 años. Para una descripción detallada en función de la edad ver tabla 3).

Tabla 3.
Media de edad de los participantes

	Total edad					Edad Hombres					Edad Mujeres				
	N	M	Dt	Mín	Máx	N	M	Dt	Mín	Máx	N	M	Dt	Mín	Máx
España	233	28,24	10,18	18	55	92	32,15	11,56	18	55	141	25,68	8,26	18	51
Colombia	52	34,48	14,85	16	70	21	33,19	14,95	17	70	31	35,35	14,97	16	65
Total	285	29,38	11,41	16	70	113	32,35	12,19	17	70	172	27,42	10,45	16	65

En lo referente al nivel de estudios 9 personas no poseían ningún tipo de estudios (7 hombres y 2 mujeres), 12 tenían únicamente estudios primarios (6 hombres y 6 mujeres), 114 poseían únicamente estudios de bachillerato (40 hombres y 74 mujeres), 14 tenían estudios técnicos (8 hombres y 6 mujeres), 28 tenían estudios tecnológicos (10 hombres y 18 mujeres), 89 habían finalizado sus estudios universitarios (30 hombres y 59 mujeres) y finalmente 22

poseían estudios de posgrado (9 hombres y 13 mujeres). Para una descripción detallada (ver tabla 4).

Tabla 4.
Nivel de estudios de los participantes

	Total			España		Colombia	
Estudios	N	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Ninguno	9	7	2	6	2	1	0
Primaria	12	6	6	5	2	1	4
Bachillerato	114	40	74	35	61	5	13
Técnico	14	8	6	6	5	2	1
Tecnológico	28	10	18	8	10	2	8
Universitarios	89	30	59	27	53	3	6
Posgrado	22	9	13	6	10	3	3

Diseño

Se utilizó un diseño *ex post facto* prospectivo de grupo único (León y Montero, 2004), tomando los rasgos de personalidad (psicoticismo, extraversión, neuroticismo, disimulo, sensibilidad al castigo, sensibilidad al refuerzo y deseo de control) como variables independientes y los distintos índices vinculados a los principios de influencia como variables dependientes.

Variables, medidas y manipulaciones

Las variables independientes consideradas en el estudio se han medido a través de diversos instrumentos que ofrecen suficientes garantías psicométricas. Las variables dependientes se han operativizado mediante la manipulación de los diferentes principios de influencia y medido mediante diversos índices.

Variables independientes

Las variables independientes de este estudio son los a) tres rasgos de personalidad propuestos por Eysenck (**psicoticismo extraversión** y **neuroticismo**) medidos con el instrumento EPQ. El que, además de la medición de estos tres rasgos, contiene una escala de

disimulo por lo que la puntuación obtenida en dicha escala se considera una variable independiente; b) el **deseo de contro**l medido a través de la Escala de Deseo de control y c) **la sensibilidad al castigo** (SC) y **la sensibilidad al refuerzo** (SR) ambas medidas con la escala SPSCQ. Todas ellas se han definido y descrito suficientemente en la introducción de este trabajo, en cuanto a las medidas de las mismas se describen a continuación los distintos instrumentos.

Cuestionario de personalidad de Eysenck (EPQ-R): El EPQ-R es una prueba psicológica donde se responde con opción dicotómica (SÍ/NO) a 83 ítems. La prueba ha sido ampliamente validada, estandarizada y baremada (Ortet, Ibañez, Ipola y Silva, 2001, para una revisión) Las escalas que se evalúan son (Ibáñez, 1997):

Estabilidad-Neuroticismo (N). Esta escala evalúa si el sujeto es estable o no emocionalmente. Respuestas altas muestran elevados niveles de ansiedad e inestabilidad emocional en general mientras que aquellas puntuaciones bajas representan estabilidad emocional. Los elementos incluidos en esta escala son:

Tabla 5.
Items EPQ-R correspondientes a la escala de neuroticismo.

NEUROTICISMO	
Items directos	Items inversos
2. ¿Su estado de ánimo sufre altibajos con frecuencia?	
4. ¿Se siente a veces desdichado sin motivo?	
8. ¿Es una persona irritable?	
18.¿Tiene a menudo sentimientos de culpabilidad	
19. ¿Diría de sí mismo que es una persona nerviosa?	
20. ¿Es usted una persona sufridora?	
24. ¿Diría de sí mismo que es una persona tensa o muy nerviosa?	
32. ¿Se siente a menudo apático/a y cansado/a sin motivo?	
35. ¿A menudo siente que la vida es muy monótona?	
41. ¿Sufre de los nervios?	
42. ¿A menudo se siente solo?	
52. ¿Se preocupa a menudo por cosas que no debería haber dicho o hecho?	
54. ¿Se siente fácilmente herido en sus sentimientos?	
62. ¿Se inquieta por cosas terribles que podrían suceder?	
64. ¿Se siente intranquilo por su salud?	
72. ¿Le preocupa mucho su aspecto?	
73. ¿Alguna vez ha deseado morirse?	

NEUROTICISMO

Items directos	Items inversos
75. Después de una experiencia embarazosa, ¿se siente preocupado durante mucho tiempo?	
76. ¿Se siente fácilmente herido cuando la gente encuentra defectos en usted o en su trabajo?	
78. ¿Se siente a veces desbordante de energía y otras muy decaído?	
81. ¿Se afecta fácilmente por según qué cosas?	
83. Cuando tiene mal humor, ¿le cuesta controlarse?	

Extraversión-Introversión (E). En términos generales, esta escala evalúa la sociabilidad de la persona. La persona que puntúa alto dentro de esta escala estará caracterizado por ser sociable, impulsivo y optimista. Aquellas puntuaciones bajas muestran sujetos que tienden a ser retraídos, tranquilos, reservados, controlados y con baja tendencia a la agresión. Los elementos incluidos en esta escala son:

Tabla 6.
Items EPQ-R correspondientes a la escala de Extraversión.

EXTRAVERSIÓN

Items directos	Items inversos
3. ¿Es una persona conversadora?	12. ¿Tiende a mantenerse apartado/a en las situaciones sociales?
6. ¿Es usted una persona más bien animada o vital?	27. ¿Puede animar fácilmente una fiesta aburrida?
16. ¿Le gusta salir a menudo?	57. ¿Prefiere leer a conocer gente?
22. ¿Generalmente toma la iniciativa al hacer nuevas amistades?	
27. ¿Puede animar fácilmente una fiesta aburrida?	
28. ¿Le gusta contar chistes e historias divertidas a sus amigos?	
31. ¿Le gusta mezclarse con la gente?	
39. ¿Puedo organizar y conducir una fiesta?	
46. ¿Le gusta el bullicio y la agitación a su alrededor?	
47. ¿La gente piensa que usted es una persona animada?	
49. ¿Realiza muchas actividades de tiempo libre?	
53. Habitualmente, ¿Es capaz de liberarse y disfrutar de una fiesta animada?	
58. ¿Tiene muchos amigos?	
69. ¿Casi siempre tiene una respuesta “a punto” cuando le hablan?	
70. ¿Le gusta hacer cosas en las que tiene que actuar rápidamente?	
77. ¿Frecuentemente improvisa decisiones en función de la situación?	

Normalidad-Psicoticismo (P). Esta escala está orientada a la medición de la dimensión psicoticismo, que presenta atributos como despreocupación, crueldad, inclinación hacia las cosas raras, falta de empatía y generación de conflictos. Los elementos incluidos en esta escala son:

Tabla 7.
Items EPQ-R correspondientes a la escala de psicoticismo.

PSICOTICISMO	
Items directos	Items inversos
9. ¿Le tiene sin cuidado lo que piensen los demás?	1. ¿Se para a pensar las cosas antes de hacerlas?
15. Para usted, ¿los límites entre lo que está bien y lo que está mal son menos claros que para la mayoría de la gente?	40. Generalmente, ¿reflexiona antes de actuar?
17. ¿Es mejor actuar como uno quiera que seguir las normas sociales?	44. ¿Es mejor seguir las normas de la sociedad que ir a su aire?
23. ¿Los deseos personales están por encima de las normas sociales?	48. ¿Cree que los planes de seguro son una buena idea?
26. ¿Cree que el matrimonio está anticuado y debería abolirse?	50. ¿Daría dinero para fines caritativos?
29. ¿La mayoría de las cosas le son indiferentes?	51. ¿Le afectaría mucho ver sufrir a un niño o a un animal?
34. ¿A menudo toma decisiones sin pararse a reflexionar?	66. ¿Le gusta cooperar con los demás?
37. ¿Cree que la gente pierde el tiempo al proteger su futuro con ahorros y seguros?	67. ¿Se preocupa si sabe que hay errores en su trabajo?
55. ¿Disfruta hiriendo a las personas que ama?	71. ¿Es (o era) su madre una buena mujer?
59. ¿Se ha enfrentado constantemente a sus padres?	74. ¿Trata de no ser grosero con la gente?
61. ¿Se ha opuesto frecuentemente a los deseos de sus padres?	
63. ¿Es usted más indulgente que la mayoría de las personas acerca del bien y del mal?	
80. ¿La gente le cuenta muchas mentiras?	

Disimulo (L). Esta escala mide la tendencia del sujeto a la simulación de respuestas para dar una buena impresión, por ello, esta escala mediría el grado de veracidad de las respuestas (Gempp & Chesta, 2007). Realmente, no se trata de un rasgo de personalidad. Ahora bien, considerando la relación de esta variable con la deseabilidad social, se ha considerado interesante, incluirla como una variable independiente que puede aportar conocimiento.

Tabla 8.
Items EPQ-R correspondientes a la escala de disimulo.

DISIMULO	
Items directos	Items inversos
7. Si usted asegura que hará una cosa, ¿siempre	5. ¿Alguna vez ha querido llevarse más de lo

mantiene su promesa, sin importarle las molestias que ello le pueda ocasionar?

11. ¿Son todos sus hábitos buenos y saludables?

43. ¿Hace siempre lo que predica?

60. Cuando era niño, ¿Hacía enseguida lo que le pedían y sin refunfuñar?

68. ¿Se lava siempre las manos antes de comer?

82. Cuando ha cometido una equivocación, ¿está siempre dispuesto a admitirlo?

que le correspondía en un reparto?

10. ¿Alguna vez ha culpado a alguien por algo que había hecho usted?

14. ¿A cogido alguna vez alguna cosa (aunque no fuese más que un alfiler o un botón) que perteneciese a otra personas?

21. ¿Alguna vez ha roto o perdido algo que perteneciese a otra persona?

30. De niño, ¿fue alguna vez descarado con sus padres?

33. ¿Ha hecho alguna vez trampas en el juego?

36. ¿Alguna vez se ha aprovechado de alguien?

38. ¿Evadiría impuestos si estuviera seguro de que nunca sería descubierto?

45. ¿Alguna vez ha llegado tarde a una cita o trabajo?

56. ¿Habla a veces de cosas de las que no sabe nada?

65. ¿Alguna vez ha dicho algo malo o desagradable de otra persona?

79. ¿A veces se deja para mañana lo que debería hacer hoy?

Escala de Deseo de Control: Se midió con una adaptación al entorno laboral de la validación española de la Escala de Deseo de Control de Burger y Cooper (De Miguel, Martín, Sánchez y Ruiz, 2012). Las propiedades psicométricas de la adaptación de la escala cuentan con suficientes garantías para acreditar su uso uso ($\alpha = 0{,}735$, $r_{test\text{-}retest} = 0{,}713$). La versión española está compuesta por 12 ítems con cinco opciones de respuesta de 1 (“En total desacuerdo”) a 5 (“En total acuerdo”). La versión adaptada al entorno laboral de la escala se compone de 12 ítems. El rango de puntuaciones es de 12 a 60. Los análisis en estudios previos del índice de confiabilidad de la escala resultan adecuados para su uso ($\alpha = 0{,}705$). Los elementos de la escala son:

Tabla 9.
Items de la escala de deseo de control

1. En general, prefiero un trabajo donde tenga mucho control sobre lo que hago y cuando lo hago
2. Trato de evitar las situaciones en las que otra persona me dice que es lo que tengo que hacer
3. Soy una persona que disfruta, se siente bien, pudiendo influir en las acciones o comportamientos de los demás

4. En general, soy de los que comprueba y revisa todos los detalles antes de comenzar una nueva tarea
5. Soy una persona que disfruto cuando tomo mis propias decisiones
6. Como persona disfruto teniendo el control sobre mi propio destino
7. En general, me parece que preferiría emprender mi propio negocio y cometer mis propios errores, antes que escuchar las órdenes de otra persona
8. Me gusta tener una idea clara acerca de cómo es el trabajo, qué tareas o acciones va a conllevar, antes de empezarlo
9. Me considero una persona que cuando ve un problema prefiere hacer algo al respecto antes que dejarlo pasar
10. Me considero una persona que prefiere ser líder antes que seguidor
11. En general, prefiero participar en equipos de trabajo donde mi opinión va a ser tenida en cuenta.
12. Me considero una persona que generalmente tiene más conocimientos o más habilidades para gestionar las situaciones que otras personas

Cuestionario de Sensibilidad al Castigo y Sensibilidad al Refuerzo (SPSCQ) (Torrubia, Ávila, Moltó y Caseras; 2001). Es un cuestionario de autoinforme que consta de 48 ítems con un formato de respuesta dicotómica (Sí/No). Se compone de dos escalas de 24 ítems cada una. La escala de sensibilidad al castigo se relaciona con el sistema de inhibición conductual (evitación conductual y evitación pasiva en situaciones relacionadas con la posibilidad de obtener consecuencias negativas o novedad, preocupación vinculada al daño por castigos o fracasos). La escala de sensibilidad a la recompensa se relaciona con el sistema de activación conductual (conductas dirigidas a la obtención de refuerzos tales como dinero, poder, sexo y búsqueda de sensaciones) recogidos en la Teoría de la Sensibilidad al Refuerzo de Gray. Las propiedades psicométricas de la adaptación de las dos escalas cuentan con suficientes garantías: escala sensibilidad al castigo ($\alpha = 0,83$ para hombres y $\alpha = 0,82$ para mujeres, $r_{\text{test-retest tres meses}} = 0,89$) y escala de sensibilidad al refuerzo ($\alpha = 0,78$ para hombres y $\alpha = 0,75$ para mujeres, $r_{\text{test-retest tres meses}} = 0,87$).

A continuación aparecen en detalle los ítems de las dos escalas:

Tabla 10.
Items Cuestionario de Sensibilidad al Castigo y Sensibilidad al Refuerzo.

ITEMS SENSIBILIDAD AL CASTIGO	ITEMS SENSIBILIDAD AL REFUERZO
1. ¿A menudo deja de hacer cosas por miedo a que puedan ser ilegales?	2. ¿La perspectiva de conseguir dinero es capaz de motivarlo fuertemente a hacer cosas?
3. ¿Prefiere no pedir una cosa si no está seguro de que se la darán?	4. ¿La posibilidad de conseguir el reconocimiento público de sus méritos le estimula frecuentemente a actuar?
5. ¿Las situaciones nuevas o inusuales le producen miedo a menudo?	6. ¿Frecuentemente encuentra personas que le parecen físicamente atractivas?
7. ¿Le cuesta llamar por teléfono a personas que no conoce?	8. ¿Le gusta tomar algunas drogas por el efecto de placer que le producen?
9. ¿A menudo prefiere renunciar a sus derechos antes que enfrentarse con alguna persona u organismo?	10. ¿A menudo hace cosas para que le alaben?
11. De pequeño, ¿Le preocupaba mucho que le pudieran castigar en casa o en la escuela?	12. ¿Le gusta que la gente esté pendiente de usted en una fiesta o reunión social?
13. En las tareas para las que no está preparado, ¿Valora mucho la posibilidad de fracasar?	14. ¿Dedica una parte importante de su tiempo a conseguir una buena imagen?
15. ¿Las situaciones difíciles le dejan fácilmente sin capacidad de reacción?	16. ¿Necesita que la gente le demuestre su afecto constantemente?
17. ¿Es usted una persona vergonzosa?	18. Cuando está con un grupo de personas, ¿Muchas veces intenta que sus opiniones sean las más inteligentes o divertidas?
19. Siempre que puede, ¿Evita hacer demostración de sus habilidades por miedo al ridículo?	20. ¿A menudo aprovecha las ocasiones que se le presentan para establecer relaciones con personas que le parecen atractivas?
21. Cuando está con un grupo de personas, ¿Le cuesta escoger un tema adecuado de conversación?	22. De pequeño, ¿Hacía muchas cosas para conseguir el reconocimiento de los demás?
23. ¿A menudo le cuesta conciliar el sueño pensando en las cosas que ha hecho o tiene que hacer?	24. ¿La posibilidad de obtener prestigio social le motiva a hacer cosas aunque implique no jugar limpio?
25. ¿Se lo piensa mucho antes de reclamar en un restaurante en el que le hayan dado comida en malas condiciones?	26. ¿Acostumbra a dar prioridad a aquellas actividades que suponen una ganancia inmediata?
27. ¿Le costaría volver a un comercio a reclamar, si se da cuenta de que le han devuelto mal el cambio?	28. ¿A menudo le resulta difícil resistir la tentación de hacer cosas prohibidas?
29. ¿Siempre que puede, evita ir a lugares desconocidos?	30. ¿Le gusta competir y hacer todo lo que pueda por ganar?
31. ¿Se preocupa muchas veces por las cosas que hace o que dice?	32. ¿Le resulta fácil asociar olores o gustos a sucesos muy agradables?
33. ¿Le resultaría difícil pedir un aumento de sueldo a sus superiores?	34. ¿Hay muchos objetos o sensaciones que le recuerdan a sucesos agradables?
35. Siempre que puede, ¿Evita hablar en público?	36. Cuando se pone a jugar con máquinas tragaperras, ¿A menudo le cuesta dejarlo?
37. ¿Muchas veces, piensa que podría hacer muchas más cosas si no fuera por su inseguridad o miedo?	38. ¿Muchas veces hace cosas pensando en las ganancias inmediatas?
39. Comparándose con gente que conoce, ¿Tiene miedo de muchas cosas?	40. ¿Se distrae fácilmente de su trabajo cuando está presente una persona desconocida, físicamente atractiva?
41. ¿Frecuentemente hay cosas que le preocupan y que le hacen bajar su rendimiento en actividades intelectuales?	42. ¿Le motiva el dinero hasta el punto de ser capaz de hacer trabajos arriesgados?

43. ¿A menudo deja de hacer cosas que le agradarían por no recibir el desprecio o la desaprobación de los demás?	44. ¿Le gusta introducir elementos competitivos en todas sus actividades?
45. ¿Generalmente está más pendiente de las amenazas que de las cosas agradables de la vida?	46. ¿Le gustaría llegar a ser una persona socialmente poderosa?
47. ¿A menudo, deja de hacer cosas que le gustan para no hacer el ridículo?	48. ¿Le gusta demostrar sus habilidades físicas aun corriendo algún peligro?

Variables dependientes

Las variables dependientes se han operativizado mediante una manipulación de los seis principios de influencia descritos por Cialdini (2014): **reciprocidad**, **compromiso/coherencia**, **validación social**, **simpatía**, **autoridad** y **escasez.** Cada uno de ellos fue medido mediante tres índices: **influencia**, **favorabilidad** y **confianza**. Además, se han medido los índices globales atendiendo a los seis principios en conjunto.

La manipulación de los principios de influencia se llevó a cabo mediante la redacción de situaciones que fueran representativas y prototípicas de los seis principios de influencia. En un primer momento, se redactaron siete situaciones para cada uno de los principios de influencia (42 en total). El equipo de investigación seleccionó las dos que mejor representaban tales principios. A continuación se solicitó a seis expertos (tres de ellos profesores de psicología social en distintas universidades de la Comunidad de Madrid y otros tres profesores de psicología y metodología en universidades de Medellín, Colombia) que validaran las situaciones en función de tres criterios: pertinencia, relevancia y claridad (ver tabla 11). Las situaciones seleccionadas fueron valoradas en una escala de 1 a 3 en pertinencia, relevancia y claridad. Obteniendo una puntuación de 3 en pertinencia, de 2,5 en relevancia no así en claridad que fueron calificadas con un 2, por lo que fue necesario mejorar su redacción. Para tal fin, se reunió a los expertos quienes validaron definitivamente las situaciones. Una vez valoradas las situaciones técnicamente se valoró su adaptación al contexto cultural colombiano lo que supuso variar alguno de los términos a un lenguaje comprensible en ambos países.

Tabla 11.

Formato para validación de expertos.

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Nombre y Apellidos:
Formación académica:
Área de Experiencia Profesional:

Objetivo de la Prueba: Diseñar situaciones de influencia que resulten representativas de los seis principios de influencia identificados por Cialdini.

Población:
Personas en situación laboral activa.

Instrucción:
De acuerdo con la siguiente tabla de indicadores, marque con una "X" en una escala de 1 a 3, la valoración que usted hace a cada una de las situaciones teniendo en cuenta los siguientes criterios:

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
Claridad: La redacción de la situación se comprende, su sintaxis y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el indicador.	El ítem no es claro, o requiere modificaciones en su sintaxis y/o significado.
	2 Cumple medianamente	El ítem requiere modificaciones.
	3 Cumple el criterio	El ítem es claro, su semántica y sintaxis son adecuadas.
Pertinencia: Se trata de una situación de influencia social.	1 No cumple con el indicador.	La situación no representa una situación de influencia.
	2 Cumple medianamente	La situación representa parcialmente una situación de influencia o es poco significativa.
	3 Cumple el criterio	La situación representa completamente una situación de influencia.
Relevancia: Esta situación describe apropiadamente el principio de influencia representado	1 No cumple con el indicador.	La situación no representa el principio de influencia.
	2 Cumple medianamente	La situación representa parcialmente el principio de influencia o se confunde con otros.
	3 Cumple el criterio	La situación representa completamente el principio de influencia

En caso de calificación, en cualquiera de las tres categorías como cumplimiento moderado (2) se ruega indique las observaciones que consideren oportunas.

Las medidas utilizadas como variables dependientes de este estudio son las siguientes:

Índices de influencia: En cada una de las situaciones se pedía a los participantes que eligieran entre las siguientes opciones: *seguro que no, probablemente no, probablemente sí y seguro que sí.* Cada una de estas opciones tiene una puntuación siendo un 4 la opción seguro que sí, un 3 la opción probablemente sí, un 2 probablemente no y un 1 la opción seguro que no. Entendemos por lo tanto que una mayor puntuación representa mayor influencia. El índice global de influencia es la suma de cada uno de los índices de influencia de las situaciones representativas de los principios:

a. Índice de influencia en Reciprocidad
b. Índice de influencia en Compromiso y coherencia
c. Índice de influencia en Validación Social
d. Índice de influencia en Simpatía
e. Índice de influencia en Autoridad
f. Índice de influencia en Escasez

Índices de favorabilidad. Entendemos como tal la diferencia entre el número de pensamientos clasificados como positivos y el número de pensamientos marcados como negativos. Al mismo tiempo cada uno de los principios de influencia posee un índice de favorabilidad siendo igualmente este la diferencia entre los pensamientos positivos y negativos de cada situación concreta siendo éstos los especificados a continuación.

a. Índice de favorabilidad en Reciprocidad
b. Índice de favorabilidad en Compromiso y coherencia
c. Índice de favorabilidad en Validación Social
d. Índice de favorabilidad en Simpatía
e. Índice de favorabilidad en Autoridad
f. Índice de favorabilidad en Escasez

Índices de confianza: El índice de confianza global es la puntuación media de las valoraciones de confianza por pensamiento en una escala de 1 a 9. Siendo 1 muy poca confianza

y 9 un alto grado de confianza. Además de un índice de confianza global cada principio posee un índice de confianza siendo este la puntuación media de las valoraciones de los pensamientos de cada situación concreta por lo que podemos definir los siguientes índices de confianza:

a. Índice de confianza en Reciprocidad
b. Índice de confianza en Compromiso y coherencia
c. Índice de confianza en Validación Social
d. Índice de confianza en Simpatía
e. Índice de confianza en Autoridad
f. Índice de confianza en Escasez

Procedimiento

Los resultados de cada uno de los participantes se recogieron a través de un cuadernillo (Véase Anexo 1), a todos ellos se les informó previamente del anonimato de sus respuestas. Aquellas personas que desearon participar de forma voluntaria en la investigación firmaron el consentimiento informado. El cuadernillo era completado de forma individual y posteriormente entregado al investigador.

Los participantes podían dejar de completar el cuadernillo en el momento en que lo desearan así como solicitar que se les aclarase cualquier duda que se le pudiera presentar. Una vez cumplimentado el cuadernillo aquellos participantes que lo desearan eran informados del objetivo dela presente investigación.

El cuadernillo estaba compuesto por la descripción de 6 situaciones, cada una de ellas representando cada uno de los principios de influencia (reciprocidad, compromiso, validación social, simpatía, autoridad y escasez) estas situaciones iban acompañadas de una escala en la que se preguntaba a la persona por la probabilidad de aceptación de dicha situación pudiendo elegir entre los siguientes ítems: *seguro que no, probablemente no, probablemente sí y seguro que sí.* Una vez seleccionada la probabilidad de aceptación había un apartado en el que en cada situación los participantes debían escribir los pensamientos que habían tenido durante el

transcurso de su lectura. Posteriormente, y una vez que se había respondido a las seis situaciones, se clasificaban los pensamientos como positivos, negativos o neutros: y se les otorgaba una puntuación en función de la seguridad o confianza que tenían en cada uno de los pensamientos escritos.

Análisis de datos

Para explorar los diferentes objetivos del presente estudio se han realizado diversos análisis estadísticos. En primer lugar se realizó un estudio exploratorio de los datos y diversos contrastes que garantizaran la adecuación del resto de los análisis, así como el análisis de los índices de fiabilidad de los escalas utilizando los datos aportados por los participantes en el estudio.

A continuación y con intención de contrastar las hipótesis de investigación, se procedió a realizar análisis de correlación y de regresión lineal. "*El análisis de regresión está estrechamente relacionado con el de correlación… …En la práctica la forma de distinguir ambos tipos de análisis consiste en determinar si el análisis se orienta hacia la predicción o explicación (regresión) o hacia la cuantificación del grado de relación (correlación)… …El análisis de regresión lineal simple sirve para estudiar el comportamiento de una variable cuantitativa Y, denominada dependiente, a partir de una segunda variable cuantitativa o categórica X, denominada independiente. Sirve por tanto para analizar la dependencia entre dos variables: permite estudiar cómo cambia una de ellas cuando cambia la otra. El objetivo del análisis es formular una ecuación lineal: 1: valorar el impacto de la variable independiente sobre la dependiente y 2.- efectuar pronósticos sobre la dependiente. Todo ello a partir del grado de relación lineal existente entre ambas variables."* (Pardo y San Martín, 2010, p. 372).

Por lo tanto, el procedimiento habitual para ejecutar un análisis de regresión lineal consiste en analizar, primero, las correlaciones entre las variables estudiadas. De tal forma que, si no se detecta una relación entre dos o más de ellas, no tiene sentido, analizar el hipotético

impacto de una de ellas (variable independiente) sobre otra (variable dependiente) ni efectuar pronósticos sobre la dependiente. En este estudio se procederá a ejecutar un análisis de regresión lineal simple en las asociaciones donde se ha hallado relación entre dos variables y un análisis de regresión lineal jerárquica cuando las asociaciones han resultado significativas entre dos o más variables independientes con una dependiente. En este caso, se comienza incluyendo en la ecuación todas las variables que se sospecha pueden aportar algo (aquellas en que se ha detectado relación) y se continua eliminando jerárquicamente de la ecuación (una a una) aquellas variables con coeficientes de regresión no significativa y cuyo coeficiente de regresión tipificado es el menor de todos en valor absoluto. Así hasta que todos los coeficientes que permanecen en la ecuación sean significativos. Se trata de encontrar la ecuación de regresión capaz de ofrecer el mejor ajuste posible con el menor número de variables (Pardo y San Martín, 2010).

Resultados

En primer lugar se hallaron los indicadores de fiabilidad de las escalas y se comprobó que no existieran diferencias estadísticamente significativas entre las muestras reclutadas en los dos países.

El coeficiente α de Cronbach como medida de fiabilidad basada en la consistencia interna de las escalas utilizadas para medir las variables independientes: Psicoticismo (α = 0,69), Neuroticismo (α = 0,87), Extraversión (α = 0,77), Disimulo (α = 0,78), Deseo de control (α = 0,67), Sensibilidad a la Recompensa (α = 0,83) y Sensibilidad al Castigo (α = 0,77), resultan suficientes para estudiar la escala en contexto de comparación entre grupos o de investigación básica (ver tabla 12, Morales, 2007).

Tabla 12.
Coeficiente α de Cronbach (Morales, 2007)

	toma de decisiones sobre individuos	descripción de grupos *feedback* a un grupo	investigación teórica; investigación en general
a) .85 o mayor.....	sí	sí	sí
b) entre .60 y .85.....	cuestionable	sí	sí
c) inferior a .60	no	cuestionable	sí, cuestionable…

Por su parte, para garantizar que los índices de influencia, favorabilidad y confianza obtenidos para cada uno de los seis principios de influencia pueden dar lugar a índices globales (la suma o media, según corresponda, de los índices específicos), se utilizó, también, el coeficiente α de Cronbach. En este caso, únicamente el coeficiente de la variable confianza (α = 0,87) avaló el uso de un índice global. No fue así para los indicadores globales de influencia (α = 0,12) y favorabilidad (α = 0,59). Por lo tanto, concluimos que los índices de influencia y favorabilidad únicamente pueden ser objeto de análisis en cuanto midan la influencia o favorabilidad ante un principio de influencia.

Por otro lado, al tratarse de una muestra formada por personas de diferentes países, con el objetivo de determinar si es recomendable emplear la totalidad o no de la muestra en el análisis, se ha realizado una comparación de medias considerando la nacionalidad de los participantes. La prueba *T* de Student para muestras independientes indica que existen diferencias estadísticamente significativas en las variables psicoticismo, disimulo y sensibilidad al castigo (Véase tablas 13 y 14). Considerando estos resultados y que a) el psicoticismo está vinculado al modelo PEN y la SC al SR, y b) no se disponen de baremos en el EPQ-R para la población colombiana, solo se utilizará el total de la muestra en DC, realizando el resto de los análisis con la muestra de población española.

Tabla 13.
Media (M), desviación típica (DT) y tamaño (N) de las variables de estudio.

	TOTAL			ESPAÑA			COLOMBIA		
	N	M	DT	N	M	DT	N	M	DT
INFLUENCIABILIDAD TOTAL	307	18,78	3,13	236	19,25	1,81	71	17,25	5,37
INFLUENCIA. RECIPROCIDAD	307	3,19	0,76	236	3,27	0,65	71	2,97	1,04
INFLUENCIA. COMPROMISO	301	2,96	0,77	236	2,94	0,74	65	3,05	0,89
INFLUENCIA. VALIDACIÓN	301	3,44	0,75	236	3,44	0,77	65	3,46	0,71
INFLUENCIA. SIMPATIA	301	3,03	0,57	236	3,02	0,51	65	3,06	0,79
INFLUENCIA. AUTORIDAD	301	3,67	0,72	236	3,77	0,57	65	3,31	1,03
INFLUENCIA. ESCASEZ	301	2,80	1,01	236	2,82	1	65	2,72	1,05
FAVORABILIDAD TOTAL	307	-1,17	6,05	236	- 2,11	5,85	71	1,93	5,71
FAVORABILID. RECIPROCIDAD	292	-0,11	1,98	236	- 0,25	1,96	56	0,48	1,95
FAVORABILID. COMPROMISO	290	-0,20	2,01	236	- 0,39	1,94	54	0,65	2,13
FAVORABILIDAD VALIDACIÓN	289	-0,41	1,77	236	- 0,64	1,71	53	0,60	1,74
FAVORABILIDAD SIMPATIA	288	-0,91	1,74	236	- 1,25	1,54	52	0,60	1,83
FAVORABILIDAD AUTORIDAD	286	0,39	1,91	236	0,44	1,82	50	0,18	2,34
FAVORABILIDAD ESCASEZ	285	-0,01	1,36	236	- 0,02	1,24	49	0,06	1,85
CONFIANZA TOTAL	286	7,30	1,56	236	7,59	0,84	50	5,91	2,92
CONFIANZA RECIPROCIDAD	286	7,23	1,88	236	7,47	1,32	50	6,10	3,25
CONFIANZA COMPROMISO	285	7,15	1,89	235	7,38	1,39	50	6,07	3,18
CONFIANZA VALIDACIÓN	286	7,47	2	236	7,76	1,42	50	6,09	3,36
CONFIANZA SIMPATIA	286	6,97	2,14	236	7,23	1,65	50	5,76	3,44
CONFIANZA. AUTORIDAD	286	7,61	2,12	236	8,07	1,29	50	5,51	3,57
CONFIANZA ESCASEZ	285	7,34	1,96	236	7,64	1,39	49	5,89	3,29
PSICOTICISMO	306	4,25	3,14	236	3,88	2,91	70	5,50	3,57
EXTRAVERSION	306	3,11	4,05	236	13,70	3,96	70	11,13	3,76
NEUROTICISMO	306	8,92	5,74	236	8,58	5,59	70	10,09	6,11
DISIMULO	306	7,49	3,75	236	7,10	3,57	70	8,79	4,06
DESEO DE CONTROL	306	46,08	6,66	236	45,89	5	70	46,71	10,50
SENSIBILIDAD CASTIGO	306	9,20	5,30	236	8,58	4,94	70	12,29	5,96
SENSIBILIDAD RECOMPENSA	306	8,71	4,48	236	8,46	4,35	70	9,57	4,84

Tabla 14.
Media (M), desviación típica (DT) y tamaño (N) de las VD por país y resultados de la prueba T para muestras independientes.

	ESPAÑA			COLOMBIA			Diferencia de medias		
	N	M	DT	N	M	DT	g.l.	*T*	DM
PSICOTICISMO	236	3,88	2,91	70	5,50	3,57	97,88[1]	-3,48**	1,62
EXTRAVERSION	236	13,70	3,96	70	11,13	3,76	304	4,82	2,57
NEUROTICISMO	236	8,58	5,59	70	10,09	6,11	304	-1,83	1,51
DISIMULO	236	7,10	3,57	70	8,79	4,06	304	-3,34**	1,69
DESEO DE CONTROL	236	45,89	5	70	46,71	10,50	78,51[1]	-0,82	1,68

SENSIBILIDAD CASTIGO	236	8,58	4,94	70	12,29	5,96	304	-3,83**	3,71
SENSIBILIDAD RECOMPENSA	236	8,46	4,35	70	9,57	4,84	304	-1,83	1,11

DM: diferencia de medias

1 No se asume igualdad de varianzas

*p<0,05; **p<0,01

Correlaciones entre variables

Las correlaciones binarias, mediante el coeficiente de correlación de Pearson (entre las variables del estudio que han mostrado coeficientes de consistencia interna en sus escalas, con suficientes avales para garantizar su uso) muestran la existencia de un buen número de relaciones significativas entre variables. En la tabla de correlaciones (ver anexo 2), se muestran aquellas que han resultado significativas. Estos resultados son concluyentes para determinar los análisis de regresión lineal que pueden aportar conocimiento sobre el impacto de las variables independientes sobre las variables dependientes y efectuar pronósticos sobre las dependientes. Solamente, cuando la correlación resultó significativa se ha procedido a ejecutar el análisis de regresión lineal y, estos casos, se presentan en la tabla de correlación (ver anexo 2):

Impacto de la variable de personalidad sensibilidad al refuerzo sobre la influencia basada en la reciprocidad.

El análisis de correlación bivariada de Pearson muestra que la influencia basada en el principio de la reciprocidad se relaciona negativa y significativamente con la sensibilidad al refuerzo (r = - 0,172; p = 0,008). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = -0,026; p = 0,008), explicando el modelo un 3% (R^2 = 0,03) de la varianza total de la influencia basada en la reciprocidad. Es decir, por cada unidad de aumento de la puntuación en la sensibilidad al refuerzo, disminuye el índice de influencia basado en reciprocidad en 0,026 unidades.

Impacto de la variable de personalidad disimulo sobre la favorabilidad en situaciones de reciprocidad.

Tras realizar el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la favorabilidad en situaciones de influencia basadas en el principio de reciprocidad se relaciona negativa y significativamente con el disimulo (r = - 0,140; p = 0,031). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = -0,077; p = 0,031), explicando el modelo un 2% (R^2 = 0,020) de la varianza total de la favorabilidad basada en reciprocidad. Es decir, por cada unidad de aumento en la puntuación en la escala de disimulo, disminuye el índice de favorabilidad basado en reciprocidad en 0,077 unidades.

Impacto de la variable de personalidad neuroticismo sobre el índice de confianza en situaciones de reciprocidad.

El análisis de correlación bivariada de Pearson muestra que el índice de confianza en situaciones de influencia basadas en el principio de reciprocidad se relaciona negativa y significativamente con el neuroticismo (r = - 0,148; p = 0,023). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = -0,035; p = 0,023), explicando el modelo un 2,2% (R^2 = 0,022) de la varianza total de la favorabilidad basada en reciprocidad. Es decir, por cada unidad de aumento de la puntuación en neuroticismo, disminuye el índice de confianza basado en reciprocidad en 0,035 unidades.

Impacto de las variables de personalidad sensibilidad al castigo, sensibilidad al refuerzo y disimulo sobre la influencia basada en el compromiso.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la influencia basada en el compromiso se relaciona positiva y significativamente con el disimulo (r = 0,137; p = 0,035) y negativa y significativamente con la sensibilidad al castigo (r = 0,145; p = 0,026) y sensibilidad al refuerzo (r = 0,167; p = 0,01).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que las variables sensibilidad al castigo y sensibilidad al refuerzo predicen, en su conjunto, significativamente la influencia basada en el compromiso (F = 5,437; p = 0,005), explicando un 3,6% de la varianza total (R^2 = 0,036). La sensibilidad al refuerzo (β = -0,026; p = 0,017) ofrece mayor pronostico que la sensibilidad al castigo (β = -0,020; p = 0,045). Lo que significa que, por cada unidad de aumento de la puntuación en la sensibilidad al refuerzo, disminuye el índice de influencia basado en compromiso en 0,026 unidades. De Igual manera, por cada unidad de aumento de la sensibilidad al castigo el índice de influencia basado en compromiso disminuye en 0,020 unidades. La variable disimulo se excluyó del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión.

Impacto de las variables de personalidad sensibilidad al castigo y sensibilidad al refuerzo sobre el índice de favorabilidad en situaciones de compromiso.

El análisis de correlación bivariada de Pearson muestra que el índice de favorabilidad en situaciones de compromiso se relaciona positiva y significativamente con la sensibilidad al castigo (r = 0,132; p = 0,043) y con la sensibilidad al refuerzo (r = 0,132; p = 0,043).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que la variable sensibilidad al castigo predice, significativamente el índice de favorabilidad en situaciones de compromiso (F = 4,156; p = 0,043), explicando un 1,3% de la varianza total (R^2 = 0,013). La sensibilidad al castigo (β = 0,052; p = 0,043) ofrece mejor pronóstico que la sensibilidad al refuerzo la cual se excluyó del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión. Por lo tanto, por cada unidad de aumento de la puntuación en la sensibilidad al castigo, aumenta el índice de favorabilidad basado en compromiso en 0,052 unidades.

Impacto de la variable de personalidad neuroticismo sobre el índice de confianza en situaciones de compromiso.

El análisis de correlación bivariada de Pearson muestra que el índice de confianza en situaciones de compromiso se relaciona negativa y significativamente con el neuroticismo (r =

- 0,135; p = 0,039) El coeficiente de regresión resultó significativo (β = -0,034; p = 0,039), explicando el modelo un 1,4% (R^2 = 0,014) de la varianza total del índice de confianza basado en compromiso. Es decir, por cada unidad de aumento de la puntuación en neuroticismo, disminuye el índice de confianza basado en compromiso en 0,034 unidades.

Impacto de las variables de personalidad psicoticismo, disimulo y sensibilidad al refuerzo sobre la influencia basada en validación social.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la influencia basada en validación social se relaciona negativa y significativamente con el psicoticismo (r = - 0,156; p = 0,017) y positiva y significativamente con disimulo (r = 0,148; p = 0,023) y la sensibilidad al refuerzo (r = 0,170; p = 0,009).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que las variables sensibilidad al refuerzo y psicoticismo predicen, en su conjunto, significativamente la influencia basada en validación social (F = 9,005; p < 0,001), explicando un 1,04% de la varianza total (R^2 = 0,0104). La sensibilidad al refuerzo (β = 0,050; p < 0,001) ofrece menor pronostico que el psicoticismo (β = -0,053; p = 0,003). En definitiva, por cada unidad de aumento de la puntuación en la sensibilidad al refuerzo, aumenta el índice de influencia basado en validación social en 0,050 unidades. De Igual manera, por cada unidad que disminuye el psicoticismo el índice de influencia basado en validación social disminuye en 0,053 unidades. La variable disimulo se excluyó del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión.

Impacto de las variables de personalidad disimulo y deseo de control sobre la favorabilidad basada en validación social.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la favorabilidad basada en validación social se relaciona negativa y significativamente con el disimulo (r = - 0,151; p = 0,021) y con el deseo de control (r = - 0,128; p = 0,049).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que la variable disimulo predice significativamente la favorabilidad basada en validación social (F = 5,437; p = 0,021), explicando un 1,9% de la varianza total (R^2 = 0,019). El disimulo (β = - 0,072; p = 0,021) ofrece mayor pronóstico que el deseo de control el cual se excluyó del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión. Entonces, por cada unidad de aumento de la puntuación en disimulo, disminuye el índice de favorabilidad en validación social en 0,072 unidades.

Impacto de la variable de personalidad extraversión sobre la favorabilidad basada en simpatía.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la favorabilidad basada en simpatía se relaciona positiva y significativamente con la extraversión (r = -0,131; p = 0,044). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = 0,051; p = 0,044), explicando el modelo un 1,7% (R^2 = 0,017) de la varianza total de la favorabilidad basada en simpatía. Es decir, por cada unidad de aumento de la puntuación en extraversión, aumenta el índice de favorabilidad basado en simpatía en 0,051 unidades.

Impacto de la variable de personalidad disimulo sobre la favorabilidad basada en autoridad.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que la favorabilidad basada en autoridad se relaciona negativa y significativamente con el disimulo (r = -0,135; p = 0,038). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = -0,069; p = 0,038), explicando el modelo un 1,8% (R^2 = 0,018) de la varianza total de la favorabilidad basada en autoridad. Por cada unidad de aumento de la puntuación en disimulo, disminuye el índice de favorabilidad basado en autoridad en 0,069 unidades.

Impacto de las variables de personalidad disimulo y sensibilidad al refuerzo sobre el índice de influencia en escasez

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que el índice de influencia basado en el principio de escasez se relaciona negativa y significativamente con el disimulo (r = -0,275; $p < 0,001$) y positiva y significativamente con la sensibilidad al refuerzo (r = 0,202; $p < 0,001$).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que la variable disimulo predice significativamente el índice de influencia basado en escasez (F = 12,001; $p < 0,001$), explicando un 8,6% de la varianza total (R^2 = 0,086). El disimulo (β = - 0,067; $p < 0,001$) ofrece mayor pronóstico que la sensibilidad al refuerzo la cual se excluyó del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión. Lo que significa que por cada unidad de aumento de la puntuación en disimulo, disminuye el índice de influencia en escasez en 0,067 unidades.

Impacto de las variables de personalidad sensibilidad al castigo sobre el índice de favorabilidad en escasez

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que el índice de favorabilidad basado en el principio de escasez se relaciona negativamente y significativamente con la sensibilidad al castigo (r = - 0,208; p = 0,001). El coeficiente de regresión resultó significativo (β = 0,052; p = 0,001), explicando el modelo un 4,3% (R^2 = 0,043) de la varianza total de la favorabilidad basada en escasez. Es decir, por cada unidad de aumento de la puntuación en sensibilidad al castigo, aumenta el índice de favorabilidad basado en escasez en 0,052 unidades.

Impacto de las variables de personalidad extraversión, neuroticismo y sensibilidad al castigo sobre el índice de confiabilidad basado en escasez.

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que el índice de confiabilidad basado en escasez se relaciona positiva y significativamente con la extraversión (r

= 0,137; p = 0,035) y negativa y significativamente con neuroticismo (r = - 0,185; p = 0,004) la sensibilidad al castigo (r = - 0,270; p < 0,001).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestran que la variable sensibilidad al castigo predice significativamente la confiabilidad basada en la escasez (F = 18,331; $p < 0,001$), explicando un 6,9% de la varianza total (R^2 = 0,069). La sensibilidad al castigo (β = -0,076; $p < 0,001$) indica que, por cada unidad de aumento de la puntuación en sensibilidad al castigo disminuye el índice de confiabilidad basado en la escasez en un 0,076 unidades. Las variables extraversión y neuroticismo se excluyeron del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión.

Impacto de las variables de personalidad neuroticismo, deseo de control y sensibilidad al refuerzo sobre el índice global de confianza

En el análisis de correlación bivariada de Pearson se observó que el índice global de confianza se relaciona positiva y significativamente con deseo de control (r = 0,128; p = 0,050) y negativa y significativamente con neuroticismo (r = - 0,193; p = 0,003) y con sensibilidad al castigo (r = - 0,168; p = 0,010).

El análisis de regresión múltiple por pasos sucesivos muestra que la variable neuroticismo predice significativamente el índice global de confianza (F = 9,047; p = 0,003) explicando un 3,3% de la varianza total (R^2 = 0,033). El neuroticismo (β = - 0,029; p = 0,003) ofrece mayor pronóstico que el deseo de control y sensibilidad al refuerzo variables que han sido excluidas del análisis al no resultar significativo su coeficiente de regresión. Lo que significa que por cada unidad de aumento de la puntuación en neuroticismo disminuye el índice global de influencia en 0,029 unidades.

Tabla 15.
Resumen de resultados

Principio de influencia	VD	VI	Resultado
Reciprocidad	Influencia	Sensibilidad al refuerzo	La sensibilidad al refuerzo disminuye la influencia basada en reciprocidad.
	Favorabilidad	Disimulo	Cuanto mayor es el disimulo menor es la favorabilidad de los pensamientos
	Confianza	Neuroticismo	El neuroticismo disminuye la confianza
Compromiso/coherencia	Influencia	Sensibilidad al refuerzo	La sensibilidad al refuerzo disminuye la influencia basada en compromiso.
		Disimulo	Hay relación pero no es predictivo
		Sensibilidad al castigo	La sensibilidad al castigo disminuye la influencia basada en compromiso.
	Favorabilidad	Sensibilidad al castigo	La sensibilidad al castigo aumenta la favorabilidad de los pensamientos.
		Sensibilidad al refuerzo	Hay relación pero no es predictivo
	Confianza	Neuroticismo	El neuroticismo disminuye la influencia basada en confianza.
Validación Social	Influencia	Psicoticismo	El psicoticismo disminuye la influencia basada en validación social.
		Sensibilidad al refuerzo	La sensibilidad al refuerzo aumenta la influencia basada en validación social.
		Disimulo	Hay relación pero no es predictivo
	Favorabilidad	Disimulo	El disimulo disminuye la favorabilidad de los pensamientos
		Deseo de control	Hay relación pero no es predictivo
	Confianza	----	No se encuentran relaciones
Simpatía	Influencia	----	No se encuentran relaciones
	Favorabilidad	Extraversión	La extraversión aumenta la favorabilidad de los pensamientos
	Confianza	----	No se encuentran relaciones
Autoridad	Influencia	----	No se encuentran relaciones
	Favorabilidad	Disimulo	El disimulo disminuye la favorabilidad de los pensamientos
	Confianza	----	No se encuentran relaciones
Escasez	Influencia	Disimulo	El disimulo disminuye la influencia basada en escasez
		Sensibilidad al refuerzo	Hay relación pero no es predictivo
	Favorabilidad	Sensibilidad al castigo	La sensibilidad al castigo aumenta la favorabilidad en los pensamientos
	Confianza	Sensibilidad al castigo	La sensibilidad al castigo disminuye la confianza en los pensamientos
		Extraversión	Hay relación pero no es predictivo
		Neutoricismo	Hay relación pero no es predictivo
	Índice global de confianza	Neuroticismo	El neuroticismo disminuye la confianza en los pensamientos
		Deseo de control	Hay relación pero no es predictivo
		Sensibilidad al Castigo	Hay relación pero no es predictivo

Discusión

El objetivo de la presente investigación perseguía encontrar relaciones que permitieran conocer si, en función de ciertas características de personalidad, los principios de influencia tendrían impactos diferenciales. Los resultados obtenidos aportan algún dato interesante para conocer estas asociaciones, no obstante quedan lejos de arrojar la suficiente claridad para poder presentar un marco de acción sólido. Por otro lado, parece mantenerse el postulado de universalidad de los principios de influencia, es decir, los principios de influencia tienen impacto en todas las personas con independencia de sus peculiaridades individuales y culturales. Concretamente, entre las siete variables independientes consideradas y los seis principios de influencia medidos con tres indicadores [7x(6x3)] y el índice global de confianza (7) se podrían haber encontrado, mediante el análisis de correlación, 133 asociaciones potenciales. Se hallaron relaciones entre 25 de las 133 potenciales y tras el análisis de regresión, de las 25 asociaciones encontradas, carecían de capacidad predictiva 9, (ver tabla de correlaciones, anexo y tabla XX, resumen de resultados). En resumen, 16 de las relaciones encontradas, poseen capacidad predictiva. Además, en ningún caso explican la varianza total de la respuesta ante un principio de influencia en función de cierta característica de personalidad en más de un 10%. Aun así, el estudio permite confirmar parcialmente alguna de las hipótesis planteadas.

Hipótesis 1. Se espera que a mayor puntuación en neuroticismo se incrementen los índices de influencia, mientras que disminuyan los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

En base a los resultados obtenidos no se ha encontrado apoyo empírico para establecer la relación entre neuroticismo e índices de influencia así como tampoco la hipotetizada entre neuroticismo y favorabilidad. No obstante, se han encontrado datos sólidos que avalan la relación entre neuroticismo e índices de confianza. A mayor puntuación obtenida en neuroticismo se puede predecir que se mostrará una menor confianza en los pensamientos

generados en base a las situaciones de influencia. Según Eysenck (1985), las personas con altas puntuaciones en neuroticismo se distinguen por presentar mayores niveles de ansiedad, preocupación e inestabilidad emocional, autovaloraciones negativas y expectativas negativas sobre la tarea. Por lo tanto, sería de esperar que a) estas personas busquen activamente la presencia de los otros para reducir su ansiedad, abriendo la puerta a los procesos de influencia social, serían más fácilmente influenciables; b) la autoevaluación sobre sus propios pensamientos fuera igualmente negativa (favorabilidad) c) al tener expectativas de éxito negativas, su nivel de confianza fuera también menor. En este último punto, es donde la hipótesis parece confirmarse.

Hipótesis 2. Se espera que a mayor puntuación en extraversión disminuyan los índices de influencia, mientras que aumentarán los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

No se han encontrado datos que nos permitan afirmar que existe una relación entre extraversión e índices de influencia. En cuanto a la relación existente entre extraversión y confianza, podemos afirmar que existe relación entre extraversión y confianza en aquellas situaciones basadas en el principio de escasez pero, sin embargo, esta relación no nos permite hacer predicciones. No obstante, se han encontrado datos suficientes que permiten afirmar que existe relación entre extraversión y favorabilidad; aquellas situaciones de influencia basadas en simpatía muestran un incremento en su favorabilidad a medida que aumentan las puntuaciones en extraversión. Las personas extravertidas buscan el contacto social y los refuerzos positivos. La simpatía como principio de influencia juega con estímulos que resultan atrayentes y agradables, el atractivo físico, la semejanza o la familiaridad. Este último el estímulo que se utilizó en la situación manipulada. La mera exposición de forma repetida a un estímulo hará que este sea valorado de forma más positiva, incluso esta tendencia se produce aunque la persona no es consciente de haber visto dicho estímulo (Zajonc 1968; Bornstein y cols., 1987, 1990). Por lo tanto, la influencia basada en simpatía producirá pensamientos más favorables en aquellos que se esfuerzan activamente en encontrar contingencias que resulten agradables.

Hipótesis 3. Se espera que a mayor puntuación en psicoticismo disminuirán los índices de influencia, mientras que los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos se mantendrán constantes.

Por definición, las personas con puntuaciones altas en psicoticismo tienden al rechazo de la norma social. Los principios de influencia tienen una potente base en la una realidad socialmente construida mediante el acuerdo en una reglas de juego específicas: reciprocidad (hoy por ti y mañana por mí), compromiso/coherencia (cumple tu palabra), validación social (allá donde fueres haz lo que vieres), autoridad (honra a tu padre y a tu madre), simpatía (más vale lo bueno conocido que lo malo por conocer) y escasez (la gloria es para unos pocos). Los resultados obtenidos muestran relación entre el psicoticismo y los índices de influencia, en concreto en aquellas situaciones basadas en el principio de validación social donde el psicoticismo disminuye su influencia. En lo referente a la relación entre psicoticismo y los índices de favorabilidad y confianza podemos afirmar que no se han encontrado relaciones significativas. En esta ocasión, la hipótesis se valida en el principio que mejor define seguir las reglas del juego, la validación social, y lo hace en los tres indicadores.

Hipótesis 4. Se espera que a mayor puntuación en sensibilidad al refuerzo disminuyan los índices de influencia, mientras que aumenten los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos.

La sensibilidad al refuerzo deriva del sistema de activación conductual (BAS). Quienes se motivan en mayor medida por la activación, tienden a buscar activamente el logro y el refuerzo, son más difíciles de condicionar. En este sentido son extravertidos. En cuanto, además, tienden a ser inestables emocionalmente, la preocupación guía obsesivamente su activación. Por ello, se supone que sean menos vulnerables a la influencia. Se han encontrado datos que muestran que existe relación en entre la sensibilidad al refuerzo y el índice de influencia, siendo esta negativa en las situaciones basadas en los principios de reciprocidad y compromiso/coherencia, es decir una disminución de las puntuaciones en sensibilidad al refuerzo predice una disminución del índice de influencia en estas situaciones. Sin embargo y a

pesar de lo mencionado con anterioridad se han encontrado datos que muestran que un aumento en las puntuaciones en la escala de sensibilidad al refuerzo predicen un aumento de la influencia en situaciones basadas en el principio de Validación Social. Esto puede explicarse debido a que las personas con altas puntuaciones en extraversión son personas sociables con amplias redes de amistades que prefieren realizar actividades que impliquen el contacto con otras personas. Por lo que, con el fin de poder mantener estas relaciones sociales, se verán influidos por aquellas situaciones que impliquen una alta deseabilidad social como son en este caso aquellas situaciones basadas en el principio de validación social. Tanto las personas extravertidas como las que presentan altos niveles de psicoticismo son impulsivas. Pero la impulsibilidad puede ser funcional o disfuncional. La primera se ha asociado a los extravertidos, la segunda al alto psicoticismo. Quizás por ello, aunque en los dos casos se pueda hipotetizar una disminución del nivel de influencia en ambos, en el caso de las personas con alta extraversión y alto neuroticismo, BAS alto, se encuentra que la validación social aumenta el poder de influencia en ellos.

En relación a los índices de favorabilidad se ha encontrado relación pero no permite hacer predicciones. Finalmente para el índice de confianza no se han encontrado relaciones significativas con extraversión.

Hipótesis 5. Se espera que a mayor puntuación en sensibilidad al castigo se incrementen los índices de influencia, mientras que disminuyan los de favorabilidad y confianza en sus pensamientos

La sensibilidad al castigo deriva del sistema de inhibición conductual (BIS). En este caso únicamente se relaciona con el índice de influencia en situaciones de compromiso/coherencia, provocando una disminución en dicho índice a medida que aumentan las puntuaciones en la escala de sensibilidad al castigo. El principio de compromiso/coherencia está íntimamente relacionado con la disonancia cognitiva. En este sentido, las personas tienden a reducir la disonancia para evitar el malestar que ésta provoca. Parece que, en este caso, tiene mayor peso la búsqueda de la coherencia interna, superando la disonancia al tiempo que se

evitan situaciones desagradables, que la premisa social de cumplir con los compromisos previos.

En lo referente a la relación que se hipotetizaba entre sensibilidad al castigo y los índices de confianza y reciprocidad los datos obtenido señalan que en el caso de la favorabilidad en situaciones de escasez un aumento en las puntuaciones en sensibilidad al castigo conllevaría un aumento en el índice de favorabilidad. Finalmente, el aumento en la escala de sensibilidad al castigo lleva asociado una disminución en la confianza depositada en los pensamientos generados en situaciones de influencia en las que opera el principio de escasez. El principio de escasez se explica por la reactancia psicológica. Es decir, la percepción de intentos de terceros de influenciarnos, hasta el punto de percibir una pérdida de la libertad en las decisiones, provoca un rechazo de la intención persuasiva. Esta pérdida de libertad es la base del principio de escasez, lo prohibido se convierte en un objetivo a lograr como base de mantener nuestra libertad de elección. Si pretendemos preservar nuestra libertad, nuestros pensamientos serán más favorables cuando más miedo tengamos a perderla. Las personas con mayor sensibilidad al castigo manifiestan mayor temor, mayor deseo de defender su libertad y sus pensamientos serán más favorables. En esta línea, el temor es contrario a la confianza. No se tiene confianza si hay miedo y, por muy favorables que sean nuestros pensamientos ante la lucha por mantener la libertad, el miedo es la base de la decisión y la disminución de la confianza, la consecuencia derivada.

Hipótesis 6. Se espera que a mayor puntuación en deseo de control se incrementen los índices de influencia, de favorabilidad y de confianza en sus pensamientos.

Los datos obtenidos no permiten afirmar la existencia de relación entre deseo de control y los índices de favorabilidad e influencia, no obstante los datos muestran que existe relación con el índice global de confianza sin embargo esta no puede ser empleada como criterio predictivo. Las personas con alto deseo de control no sólo quieren que los acontecimientos sean más predecibles, desean que sus acciones sean determinantes en los acontecimientos que han de ocurrir y, al tiempo, tienen la expectativa de que tales acontecimientos sean exitosos. Por otro

lado, un alto deseo de control se relaciona positivamente con el locus de control interno. Además, la percepción de autoeficacia (entendido como la evaluación que una persona hace de su aptitud para resolver las situaciones vitales a las que se enfrenta) explica que se encuentra relación con la confianza en los pensamientos, con independencia del nivel de favorabilidad de los mismos o la aceptación de la propuesta de influencia. En definitiva, el deseo de control es una motivación que se presenta independientemente de la capacidad, aunque las expectativas sobre la propia capacidad para solucionar problemas se pueden sobredimensionar. Por lo tanto, parece razonable pensar que el deseo de control actúe sobre las metacogniciones con independencia de los otros indicadores.

A la vista de los resultados del estudio, la investigación precisa continuar. Se trata de una primera aproximación a un tema no teorizado y con un objetivo no planteado hasta la fecha, hasta donde se conoce. Los datos arrojados animan a seguir investigando con objetivos más concretos, con instrumentos más cortos, con muestras mayores que garanticen la variabilidad en los rasgos de personales y permitan realizar análisis más minuciosos y certeros. En definitiva, que superen las limitaciones que se pueden observar en el presente trabajo.

Conclusión

Se ha encontrado escasa variabilidad en las respuestas de los participantes respecto a los índices de influencia. Además, la variabilidad encontrada explica un porcentaje reducido sobre la varianza total en las respuestas a los principios de influencia. De momento, parece sostenerse la universalidad de los principios de influencia aunque, sin contradecir este postulado, se han encontrado datos que apuntan que pueden existir diferencias en función de la personalidad y animan a seguir investigando.

Referencias

Bickman, L. (1974). The social power of a uniform. *Journal of Applied Social Psychology, 4*, 47-61.

Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Academic Press

Brehm, S. S., & Brehm, J. W. (1981). *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control*. Academic Press.

Burger, J. M. (1986). Increasing Compliance by Improving the Deal: The That's-Not All Technique. *Journal of Personality and Social Psychology, 51,* 277-283.

Carli, L. L., Ganley, R., & Pierce-Otay, A. (1991). Similarity and satisfaction in roommate relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17*, 419-426.

Cash, T.F., Gillen, B. and Burnes, D.S. (1977). Sexism and "Beautyism" in Personnel Consultant Decision Making. *Journal of Applied Psychology, 62,* 301–10.

Chaiken, S. y Trope, Y. (1999). *(Eds.) Dual-process theories in social psychology*. Nueva York: Guildford Press.

Cialdini, R. (1984). *Influence: The Psychology of Persuasion*. Nueva York: Quill.

Cialdini, R. (2014). *Influencia*. Madrid: Ilustrae.

Cialdini, R. & Sagarín, B. J. (2005). Principles of interpersonal influence. En T. C. Brock & M. C. Green (Eds.), *Persuasion. Psychological insights and perspectives* (pp. 143-169). Thousand Oaks: Sage.

Clark, M.S., y Mills, J. (1979). Interpersonal attraction in exchange and communal relationship. *Journal of Personal and Social Relationships, 2,* 403-418.

Clark, M.S., y Mills, J.R., y Corcoran, D.M (1989) Keeping track of needs and inputs of friends and strangers. *Personality and Social Psychology Bulletin, 15,* 533 – 542.

De Juan E., M. & García R., L. F. (2004). *Nuestra personalidad: En qué y por qué somos diferentes.* Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

De Miguel, J.M. (2003). *La comunidad como construcción social*. Informe de investigación. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Drachman, David, Andre de Carufel, and Chester A. Insko (1978), The Extra Credit Effect in Interpersonal Attraction, *Journal of Experimental Social Psychology, 14*, 458-467.

Doob, A.B., y Gross, A.E. (1968). Status of Frustrator as an Inhibitor of Horn-Honking Responses. *Journal of Social Psychology, 76,* 213- 218.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117- 140.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Standford University Press.

Gilbert, P., Price, J., & Allen, S. (1995). Social comparison, social attractiveness and evolution: How might they be related. *New Ideas in Psychology, 13*, 149-165

Gray, J. A. (1981). A critique of Eysenck's theory of personality. In H. J. Eysenck (Ed.), *A model for personality* (pp. 246-277). Berlin: Springer.

Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice. Mapping bounded rationality. *American Psychologist, 58*, 697-720.

Kulka, R.K. y Kessler, J.B. (1978). Is Justice Really Blind?–The Influence of Litigant Physical Attractiveness on Juridical Judgment. *Journal of Applied Social Psychology, 8,* 366–381.

Lefkowitz, M., Blake, R. R., & Mouton, J. S. (1955). Status factors in pedestrian violation of traffic signals. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 51*, 704-706.

Loehlin, J. C., & Nichols, R. C. (1976). *Heredity, environment, and personality.* Austin , Texas *:* University of Texas Press.

López, M (2007). Principios básicos de influencia social. En J. F. Morales, E. Gaviria, M. C. Moya, I. Cuadrado (Coord.). *Psicología Social* (pp.491-516). Madrid: McGraw-Hill.

Lykken, D. T., Tellegen, A., & Iacono, W. G. (1982). EEG spectra in twins: Evidence for a neglected mechanism of genetic determination. *Physiological Psychology, 10*, 60–65.

McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey and E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol. 2: pp. 233-346). Nueva York: Random House.

Milgram, S. (1970). The experience of living in cities. *Science, 13*, 1461-1468.

Milgram, S. (1974) *Obedience to authority*. New York: Harper y Row.

Millman, S. (1986). Anxiety, comprehension, and susceptibility to social influence. *Journal of Personality and Social Psychology, 9*, 251-256.

Mills, J,. y Clark, M.S. (1982). *Exchange and comumunal relationships*. In L. Wheeler (Ed.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 3). Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Mita, T.H., Dermer, M., y Knight, J. (1977). Reversed facial images and the mere exposure hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology, 35*, 597 – 601.

Rhodes, N. D., y Wood, W. (1992). Self-esteem and intelligence affect influenceability: The role of message reception. *Psychological Bulletin, 111*, 156-169.

Ridley, M. (1997). *The origin of virtue: Human instincts and the evolution of cooperation.* London: Penguin Books.

Saffar, Y., Romon, P., Spinelli, O. y Nan, S. (1990). Le pouvoir des enfants. *Challenges*, *18*, 60-75.

Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. L. y Ruderman, A. J. (1978). Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology, 36*, 778-793.

Worchel, S, y Arnold, S E (1973) The effects of censorship and attractiveness of the censor on attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology 9*, 365-377

Worchel, S, Arnold, S. E., y Baker, M. (1975) The Effects of Censorship on Attitude Change: The Influence of Censor and Communication Characteristics. *Journal of Applied Social Psychology, 5*, 227-239

Wolf, S., y Montgomery, D. A. (1977) Effects of inadmissible evidence and judicial admonishment to disregard on the judgments of mock jurors. *Journal of Applied Social Psychology 7*, 205-219.

Anexo 1

Estimado participante:
En la Universidad Autónoma de Madrid seguimos investigando para profundizar en el conocimiento del comportamiento de las personas. Pedimos su colaboración en uno de los estudios que se están llevando a cabo. El estudio lo está llevando a cabo un equipo de investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid.
Su participación consiste en indicar cómo actuaría ante una serie de situaciones y, posteriormente, contestar una serie de preguntas organizadas en tres secciones.
Recordarle que sus datos serán tratados de manera confidencial. Esta página, una vez codificada, se separará del resto. El tratamiento de las respuestas se realizará de manera anónima, garantizando que sus datos personales no estarán incluidos en el archivo de datos. Las identidades de los/as participantes serán protegidas en todo momento, especialmente en caso de publicación o presentación de los resultados del estudio. Si en algún momento surge alguna pregunta o considera que se ha visto perjudicado de alguna forma durante el transcurso del estudio, le rogamos contacte con el Dr. Jesús María de Miguel Calvo a través del correo electrónico jesus.demiguel@uam.es.

He sido informado/a de la razón de esta investigación, se me ha explicado la misma. Igualmente certifico que he leído esta hoja de consentimiento y doy mi consentimiento de forma voluntaria.

En a de de
Nombre y apellidos:
Firmado:

Teléfono o correo de contacto (si lo desea)

Si ha aceptado participar en el estudio le agradecemos que continúe

Por favor, lea detenidamente las instrucciones de cada tarea del cuadernillo y conteste con total sinceridad. No olvide que las respuestas serán completamente anónimas. Recuerde, no hay respuestas correctas o incorrectas.

Sexo: □ Mujer □ Hombre

Edad:

Lengua Materna:

Ocupación: □ Activo □ Trabajos domésticos no remunerados □ Estudiante □ Jubilado □ Desempleado

Nivel de estudios terminados:

Sector de actividad:
□ Sector primario o sector agropecuario
□ Sector secundario o sector industrial
□ Sector terciario o sector de servicios
□ Entidades públicas

Para comenzar, lea detenidamente cada una de estas situaciones. Marque con una X la casilla que más se ajuste a su decisión.
Es necesario contestar cada situación al completo antes de leer la siguiente pregunta.
Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas.

SITUACIÓN 1

Usted está pasando por unos momentos de estrés, debe presentar en dos días los resultados de un proyecto ante una comisión de expertos. Un compañero/a de trabajo se da cuenta de su situación y se ofrece para ayudarle en la preparación de la presentación. Lo que usted acepta con agradecimiento. Tres días más tarde, este compañero le pide que el próximo viernes se haga cargo de sus tareas.
¿Con qué probabilidad aceptaría la solicitud de su compañero?
☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

SITUACIÓN 2

Su equipo de trabajo ha sido invitado a presentar uno de sus proyectos en un congreso internacional. En una reunión de equipo, un compañero voluntariamente se postula para asistir al congreso y presentar el proyecto. La propuesta es bien recibida por el equipo. Esto supone que usted deberá hacerse cargo del trabajo de ambos durante un día ya que comparten funciones. Usted acepta la propuesta.

En la siguiente reunión del equipo, su compañero propone asistir los tres días que dura el congreso ya que esto les permitirá estar informados de los diferentes avances que se están realizando en su campo. Esta propuesta le afecta directamente porque deberá hacerse cargo del trabajo de ambos durante los tres días que dura el congreso.

¿Con qué probabilidad aceptaría la nueva propuesta?

☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

SITUACIÓN 3

Usted trabaja en una empresa internacional. Hasta ayer su sede de trabajo estaba en la periferia de la ciudad, en esta sede es habitual que las personas vistan de la manera que les parece mejor. A partir de hoy, ha comenzado a trabajar en la sede central de la empresa. Ha podido observar que la gran mayoría viste de manera formal.

¿Con qué probabilidad adaptaría su manera de vestir en los próximos meses?

☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

SITUACIÓN 4

En su organización se está iniciando la campaña para elegir representantes de los trabajadores. Se han presentado varios candidatos con programas que resultan técnicamente rigurosos. Uno de ellos es un nuevo candidato conocido por usted. Ha hablado personalmente con él. El candidato ha sido amable y ha mostrado conocer sus problemas.

¿Con qué probabilidad votaría a este candidato?

☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

SITUACIÓN 5

Usted ha acudido a una cita con su médico generalista para conocer los resultados de unas pruebas que le han hecho previamente. Mientras espera, la enfermera sale y le informa de que el Doctor ha indicado que debe acudir inmediatamente al servicio de urgencias.

¿Con que probabilidad seguiría las instrucciones del médico?

☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

SITUACIÓN 6

Una prestigiosa revista ha pretendido publicar unas fotografías muy comprometidas del Presidente del país en compañía de una conocida cantante pop. Las autoridades han censurado la edición de la revista y prohibido su divulgación por cualquier medio. No obstante, usted tiene conocimiento de que alguien ha filtrado estas fotografías en internet?
¿Con que probabilidad intentaría ver estas fotos?

☐Seguro que NO ☐Probablemente NO ☐Probablemente SI ☐Seguro que SI

A continuación, escriba los pensamientos y/o sentimientos que tuvo mientras tomaba la decisión. Escriba un pensamiento por casilla y no se preocupe por aspectos ortográficos o gramaticales. (Por ahora, ignore las casillas PSM y CFZ).

PENSAMIENTOS	PSM	CFZ

Ahora vuelva a las tablas donde ha escrito los pensamientos y/o sentimientos que le han producido las diferentes situaciones. En la columna que aparece el Título '**PSM**', defina cada pensamiento como positivo (+), negativo (-), o neutro (N) con respecto a las situaciones.

Un ejemplo de pensamiento positivo con respecto a la situación sería:
"*Creo que por un amigo hay que hacer todo lo que esté en nuestras manos*".
Junto a este hipotético pensamiento tendrías que poner en la columna PSM un signo (+).

Un ejemplo de pensamiento negativo con respecto a la situación sería:
"*Creo que se están burlando de mi*".
Junto a este hipotético pensamiento tendrías que poner en la columna PSM un signo (-).

Un ejemplo de pensamiento neutro con respecto a la situación sería:
"*Hoy hace un día soleado*".
Junto a este hipotético pensamiento tendrías que poner en la columna PSM la letra (N).

Una vez hecho lo anterior, vuelva a cada pensamiento y en la columna en la que aparece el Título '**CFZ**', evalúe la confianza que ha tenido en cada uno de esos pensamientos (es decir, lo seguro que ha estado de ese pensamiento o la confianza que tiene en ese pensamiento). Para ello, junto a cada pensamiento señale con un número su grado de confianza, según la siguiente escala: desde '**1**' (ninguna confianza en este pensamiento) hasta '**9**' (total confianza en este pensamiento).

Personalidad e influencia

A continuación encontrará una serie de preguntas. Por favor, lea detenidamente cada una de ellas y responda SI o NO marcando con una X la casilla que mejor refleje su respuesta.

<u>Por favor, responda a todas las preguntas.</u>

Recuerde que no existen respuestas correctas o incorrectas

1.	¿Se para a pensar las cosas antes de hacerlas?	SI ☐	NO ☐
2.	¿Su estado de ánimo sufre altibajos con frecuencia?	SI ☐	NO ☐
3.	¿Es una persona conversadora?	SI ☐	NO ☐
4.	¿Se siente a veces desdichado sin motivo?	SI ☐	NO ☐
5.	¿Alguna vez ha querido llevarse más de lo que le correspondía en un reparto?	SI ☐	NO ☐
6.	¿Es usted una persona más bien animada o vital?	SI ☐	NO ☐
7.	Si usted asegura que hará una cosa, ¿siempre mantiene su promesa, sin importarle las molestias que ello le pueda ocasionar?	SI ☐	NO ☐
8.	¿Es una persona irritable?	SI ☐	NO ☐
9.	¿Le tiene sin cuidado lo que piensen los demás?	SI ☐	NO ☐
10.	¿Alguna vez ha culpado a alguien por algo que había hecho usted?	SI ☐	NO ☐
11.	¿Son todos sus hábitos buenos y saludables?	SI ☐	NO ☐
12.	¿Tiende a mantenerse apartado/a en las situaciones sociales?	SI ☐	NO ☐
13.	A menudo, ¿se siente harto/a?	SI ☐	NO ☐
14.	¿A cogido alguna vez alguna cosa (aunque no fuese más que un alfiler o un botón) que perteneciese a otra personas?	SI ☐	NO ☐
15.	Para usted, ¿los límites entre lo que está bien y lo que está mal son menos claros que para la mayoría de la gente?	SI ☐	NO ☐
16.	¿Le gusta salir a menudo?	SI ☐	NO ☐
17.	¿Es mejor actuar como uno quiera que seguir las normas sociales?	SI ☐	NO ☐
18.	¿Tiene a menudo sentimientos de culpabilidad	SI ☐	NO ☐
19.	¿Diría de sí mismo que es una persona nerviosa?	SI ☐	NO ☐
20.	¿Es usted una persona sufridora?	SI ☐	NO ☐
21.	¿Alguna vez ha roto o perdido algo que perteneciese a otra persona?	SI ☐	NO ☐
22.	¿Generalmente toma la iniciativa al hacer nuevas amistades?	SI ☐	NO ☐
23.	¿Los deseos personales están por encima de las normas sociales?	SI ☐	NO ☐
24.	¿Diría de sí mismo que es una persona tensa o muy nerviosa?	SI ☐	NO ☐
25.	En general, ¿Suele estar callado/a cuando está con otras personas?	SI ☐	NO ☐
26.	¿Cree que el matrimonio está anticuado y debería abolirse?	SI ☐	NO ☐
27.	¿Puede animar fácilmente una fiesta aburrida?	SI ☐	NO ☐
28.	¿Le gusta contar chistes e historias divertidas a sus amigos?	SI ☐	NO ☐
29.	¿La mayoría de las cosas le son indiferentes?	SI	NO

	☐	☐
30. De niño, ¿fue alguna vez descarado con sus padres?	SI ☐	NO ☐
31. ¿Le gusta mezclarse con la gente?	SI ☐	NO ☐
32. ¿Se siente a menudo apático/a y cansado/a sin motivo?	SI ☐	NO ☐
33. ¿Ha hecho alguna vez trampas en el juego?	SI ☐	NO ☐
34. ¿A menudo toma decisiones sin pararse a reflexionar?	SI ☐	NO ☐
35. ¿A menudo siente que la vida es muy monótona?	SI ☐	NO ☐
36. ¿Alguna vez se ha aprovechado de alguien?	SI ☐	NO ☐
37. ¿Cree que la gente pierde el tiempo al proteger su futuro con ahorros y seguros?	SI ☐	NO ☐
38. ¿Evadiría impuestos si estuviera seguro de que nunca sería descubierto?	SI ☐	NO ☐
39. ¿Puedo organizar y conducir una fiesta?	SI ☐	NO ☐
40. Generalmente, ¿reflexiona antes de actuar?	SI ☐	NO ☐
41. ¿ Sufre de los nervios?	SI ☐	NO ☐
42. ¿A menudo se siente solo?	SI ☐	NO ☐
43. ¿Hace siempre lo que predica?	SI ☐	NO ☐
44. ¿Es mejor seguir las normas de la sociedad que ir a su aire?	SI ☐	NO ☐
45. ¿Alguna vez ha llegado tarde a una cita o trabajo?	SI ☐	NO ☐
46. ¿Le gusta el bullicio y la agitación a su alrededor?	SI ☐	NO ☐
47. ¿La gente piensa que usted es una persona animada?	SI ☐	NO ☐
48. ¿Cree que los planes de seguro son una buena idea?	SI ☐	NO ☐
49. ¿Realiza muchas actividades de tiempo libre?	SI ☐	NO ☐
50. ¿Daría dinero para fines caritativos?	SI ☐	NO ☐
51. ¿Le afectaría mucho ver sufrir a un niño o a un animal?	SI ☐	NO ☐
52. ¿Se preocupa a menudo por cosas que no debería haber dicho o hecho?	SI ☐	NO ☐
53. Habitualmente, ¿Es capaz de liberarse y disfrutar de una fiesta animada?	SI ☐	NO ☐
54. ¿Se siente fácilmente herido en sus sentimientos?	SI ☐	NO ☐
55. ¿Disfruta hiriendo a las personas que ama?	SI ☐	NO ☐
56. ¿Habla a veces de cosas de las que no sabe nada?	SI ☐	NO ☐
57. ¿Prefiere leer a conocer gente?	SI ☐	NO ☐
58. ¿Tiene muchos amigos?	SI ☐	NO ☐
59. ¿Se ha enfrentado constantemente a sus padres?	SI ☐	NO ☐
60. Cuando era niño, ¿Hacía enseguida lo que le pedían y sin refunfuñar?	SI ☐	NO ☐
61. ¿Se ha opuesto frecuentemente a los deseos de sus padres?	SI ☐	NO ☐

62. ¿Se inquieta por cosas terribles que podrían suceder?	SI ☐	NO ☐
63. ¿Es usted más indulgente que la mayoría de las personas acerca del bien y del mal?	SI ☐	NO ☐
64. ¿Se siente intranquilo por su salud?	SI ☐	NO ☐
65. ¿Alguna vez ha dicho algo malo o desagradable de otra persona?	SI ☐	NO ☐
66. ¿Le gusta cooperar con los demás?	SI ☐	NO ☐
67. ¿Se preocupa si sabe que hay errores en su trabajo?	SI ☐	NO ☐
68. ¿Se lava siempre las manos antes de comer?	SI ☐	NO ☐
69. ¿Casi siempre tiene una respuesta “a punto” cuando le hablan?	SI ☐	NO ☐
70. ¿Le gusta hacer cosas en las que tiene que actuar rápidamente?	SI ☐	NO ☐
71. ¿Es (o era) su madre una buena mujer?	SI ☐	NO ☐
72. ¿Le preocupa mucho su aspecto?	SI ☐	NO ☐
73. ¿Alguna vez ha deseado morirse?	SI ☐	NO ☐
74. ¿Trata de no ser grosero con la gente?	SI ☐	NO ☐
75. Después de una experiencia embarazosa, ¿se siente preocupado durante mucho tiempo?	SI ☐	NO ☐
76. ¿Se siente fácilmente herido cuando la gente encuentra defectos en usted o en su trabajo?	SI ☐	NO ☐
77. ¿Frecuentemente improvisa decisiones en función de la situación?	SI ☐	NO ☐
78. ¿Se siente a veces desbordante de energía y otras muy decaído?	SI ☐	NO ☐
79. ¿A veces se deja para mañana lo que debería hacer hoy?	SI ☐	NO ☐
80. ¿La gente le cuenta muchas mentiras?	SI ☐	NO ☐
81. ¿Se afecta fácilmente por según qué cosas?	SI ☐	NO ☐
82. Cuando ha cometido una equivocación, ¿está siempre dispuesto a admitirlo?	SI ☐	NO ☐
83. Cuando tiene mal humor, ¿le cuesta controlarse?	SI ☐	NO ☐

Personalidad e influencia

A continuación encontrará una serie de afirmaciones. Por favor, lea detenidamente cada una de ellas y responda expresando el grado en el que cree que esa afirmación es apropiada para usted. Para cada una de las afirmaciones encontrará una respuesta que varía del 1 al 5.

Por favor, marque con una cruz el número que mejor refleje su manera de pensar. Por ejemplo, marque con una cruz el ⑤ si está **Totalmente de Acuerdo** con lo que se afirma; por el contrario, marque con una cruz el ① si está **En Total Desacuerdo**. Si su opinión no está definida por uno de los extremos, marca uno de los números intermedios (del ② al ④).

Por favor, responda a todas las preguntas.

Recuerde que no existen respuestas correctas o incorrectas.

		En total desacuerdo				Totalmente de acuerdo
1.-	En general, prefiero un trabajo donde tenga mucho control sobre lo que hago y cuando lo hago	①	②	③	④	⑤
2.-	Trato de evitar las situaciones en las que otra persona me dice que es lo que tengo que hacer	①	②	③	④	⑤
3.-	Soy una persona que disfruta, se siente bien, pudiendo influir en las acciones o comportamientos de los demás	①	②	③	④	⑤
4.-	En general, soy de los que comprueba y revisa todos los detalles antes de comenzar una nueva tarea	①	②	③	④	⑤
5.-	Soy una persona que disfruto cuando tomo mis propias decisiones	①	②	③	④	⑤
6.-	Como persona disfruto teniendo el control sobre mi propio destino	①	②	③	④	⑤
7.-	En general, me parece que preferiría emprender mi propio negocio y cometer mis propios errores, antes que escuchar las órdenes de otra persona	①	②	③	④	⑤
8.-	Me gusta tener una idea clara acerca de cómo es el trabajo, qué tareas o acciones va a conllevar, antes de empezarlo	①	②	③	④	⑤
9.-	Me considero una persona que cuando ve un problema prefiere hacer algo al respecto antes que dejarlo pasar	①	②	③	④	⑤
10.-	Me considero una persona que prefiere ser líder antes que seguidor	①	②	③	④	⑤
11.-	En general, prefiero participar en equipos de trabajo donde mi opinión va a ser tenida en cuenta.	①	②	③	④	⑤
12.-	Me considero una persona que generalmente tiene más conocimientos o más habilidades para gestionar las situaciones que otras personas	①	②	③	④	⑤

Personalidad e influencia

A continuación encontrará una serie de preguntas. Por favor, lea detenidamente cada una de ellas y responda SI o NO marcando la casilla que refleje su respuesta.

Por favor responda a todas las preguntas.

Recuerde que no hay respuestas correctas o incorrectas.

	SI	NO
1. ¿A menudo deja de hacer cosas por miedo a que puedan ser ilegales?	☐	☐
2.¿La perspectiva de conseguir dinero es capaz de motivarlo fuertemente a hacer cosas?	☐	☐
3.¿Prefiere no pedir una cosa si no está seguro de que se la darán?	☐	☐
4.¿La posibilidad de conseguir el reconocimiento público de sus méritos le estimula frecuentemente a actuar?	☐	☐
5.¿Las situaciones nuevas o inusuales le producen miedo a menudo?	☐	☐
6.¿Frecuentemente encuentra personas que le parecen físicamente atractivas?	☐	☐
7. ¿Le cuesta llamar por teléfono a personas que no conoce?	☐	☐
8.¿Le gusta tomar algunas drogas por el efecto de placer que le producen?	☐	☐
9.¿A menudo prefiere renunciar a sus derechos antes que enfrentarse con alguna persona u organismo?	☐	☐
10.¿A menudo hace cosas para que le alaben?	☐	☐
11.De pequeño, ¿Le preocupaba mucho que le pudieran castigar en casa o en la escuela?	☐	☐
12.¿Le gusta que la gente esté pendiente de usted en una fiesta o reunión social?	☐	☐
13. En las tareas para las que no está preparado, ¿Valora mucho la posibilidad de fracasar?	☐	☐
14. ¿Dedica una parte importante de su tiempo a conseguir una buena imagen?	☐	☐
15. ¿Las situaciones difíciles le dejan fácilmente sin capacidad de reacción?	☐	☐
16. ¿Necesita que la gente le demuestre su afecto constantemente?	☐	☐
17. ¿Es usted una persona vergonzosa?	☐	☐
18. Cuando está con un grupo de personas, ¿Muchas veces intenta que sus opiniones sean las más inteligentes o divertidas?	☐	☐
19. Siempre que puede, ¿Evita hacer demostración de sus habilidades por miedo al ridículo?	☐	☐
20. ¿A menudo aprovecha las ocasiones que se le presentan para establecer relaciones con personas que le parecen atractivas?	☐	☐
21. Cuando está con un grupo de personas, ¿Le cuesta escoger un tema adecuado de conversación?	☐	☐
22. De pequeño, ¿Hacía muchas cosas para conseguir el reconocimiento de los demás?	☐	☐
23. ¿A menudo le cuesta conciliar el sueño pensando en las cosas que ha hecho o tiene que hacer?	☐	☐
24. ¿La posibilidad de obtener prestigio social le motiva a hacer cosas aunque implique no jugar limpio?	☐	☐
25. ¿Se lo piensa mucho antes de reclamar en un restaurante en el que le hayan dado comida en malas condiciones?	☐	☐
26. ¿Acostumbra a dar prioridad a aquellas actividades que suponen una ganancia inmediata?	☐	☐
27. ¿Le costaría volver a un comercio a reclamar, si se da cuenta de que le han devuelto mal el cambio?	☐	☐
28. ¿A menudo le resulta difícil resistir la tentación de hacer cosas prohibidas?	☐	☐

29. ¿Siempre que puede, evita ir a lugares desconocidos?	SI ☐	NO ☐
30. ¿Le gusta competir y hacer todo lo que pueda por ganar?	SI ☐	NO ☐
31. ¿Se preocupa muchas veces por las cosas que hace o que dice?	SI ☐	NO ☐
32. ¿Le resulta fácil asociar olores o gustos a sucesos muy agradables?	SI ☐	NO ☐
33. ¿Le resultaría difícil pedir un aumento de sueldo a sus superiores?	SI ☐	NO ☐
34. ¿Hay muchos objetos o sensaciones que le recuerdan a sucesos agradables?	SI ☐	NO ☐
35. Siempre que puede, ¿Evita hablar en público?	SI ☐	NO ☐
36. Cuando se pone a jugar con máquinas tragaperras, ¿A menudo le cuesta dejarlo?	SI ☐	NO ☐
37. ¿Muchas veces, piensa que podría hacer muchas más cosas si no fuera por su inseguridad o miedo?	SI ☐	NO ☐
38. ¿Muchas veces hace cosas pensando en las ganancias inmediatas?	SI ☐	NO ☐
39. Comparándose con gente que conoce, ¿Tiene miedo de muchas cosas?	SI ☐	NO ☐
40. ¿Se distrae fácilmente de su trabajo cuando está presente una persona desconocida, físicamente atractiva?	SI ☐	NO ☐
41. ¿Frecuentemente hay cosas que le preocupan y que le hacen bajar su rendimiento en actividades intelectuales?	SI ☐	NO ☐
42. ¿Le motiva el dinero hasta el punto de ser capaz de hacer trabajos arriesgados?	SI ☐	NO ☐
43. ¿A menudo deja de hacer cosas que le agradarían por no recibir el desprecio o la desaprobación de los demás?	SI ☐	NO ☐
44. ¿Le gusta introducir elementos competitivos en todas sus actividades?	SI ☐	NO ☐
45. ¿Generalmente está más pendiente de las amenazas que de las cosas agradables de la vida?	SI ☐	NO ☐
46. ¿Le gustaría llegar a ser una persona socialmente poderosa?	SI ☐	NO ☐
47. ¿A menudo, deja de hacer cosas que le gustan para no hacer el ridículo?	SI ☐	NO ☐
48. ¿Le gusta demostrar sus habilidades físicas aun corriendo algún peligro?	SI ☐	NO ☐

Muchas gracias por su participación

Anexo 2: Tabla de correlaciones

		EXTRAV	NEUROT	PSICOT	DISIMULO	DESEO DE CONTROL	SENSIBILIDAD AL CASTIGO	SENSIBILIDAD AL REFUERZO
INFLUENCIA. RECIPROCIDAD	Pearson	-,052	-,008	-,111	,087	,000	,035	**-,172****
	Sig.	,430	,906	,088	,182	,995	,591	**,008**
	N	236	236	236	236	236	236	**236**
FAVORABILIDAD RECIPROCIDAD	Pearson	,064	,033	,028	**-,140***	-,113	,065	,097
	Sig.	,331	,617	,668	**,031**	,084	,323	,137
	N	236	236	236	**236**	236	236	236
CONFIABILIDAD RECIPROCIDAD	Pearson	,002	**-,148***	,015	-,088	,065	-,087	,052
	Sig.	,977	**,023**	,814	,179	,319	,184	,424
	N	236	**236**	236	236	236	236	236
INFLUENCIA COMPROMISO	Pearson	,041	-,118	-,082	**,137***	,002	**-,145***	**-,167***
	Sig.	,529	,070	,208	**,035**	,980	**,026**	**,010**
	N	236	236	236	**236**	236	**236**	**236**
FAVORABILIDAD COMPROMISO	Pearson	-,121	,123	,040	-,123	-,025	**,132***	**,132***
	Sig.	,064	,060	,545	,060	,699	**,043**	**,043**
	N	236	236	236	236	236	**236**	**236**
CONFIABILIDAD COMPROMISO	Pearson	-,041	**-,135***	-,063	,078	,094	-,093	-0,023
	Sig.	,527	**,039**	,335	,235	,153	,154	,724
	N	235	**235**	235	235	235	235	235
INFLUENCIA VALIDACION SOCIAL	Pearson	,062	-,005	**-,156***	**,148***	,075	,014	**,170****
	Sig.	,346	,935	**,017**	**,023**	,252	,830	**,009**
	N	236	236	**236**	**236**	236	236	**236**

		EXTRAV	NEUROT	PSICOT	DISIMULO	DESEO DE CONTROL	SENSIBILIDAD AL CASTIGO	SENSIBILIDAD AL REFUERZO
FAVORABILIDAD VALIDACION SOCIAL	Pearson	-,088	,043	,052	**-,151***	**-,128***	,078	-,026
	Sig.	,176	,514	,429	**,021**	**,049**	,236	,688
	N	236	236	236	**236**	**236**	236	236
CONFIABILIDAD VALIDACION SOCIAL	Pearson	,110	-,051	-,072	,061	,061	-,099	-,037
	Sig.	,093	,439	,271	,354	,354	,128	,569
	N	236	236	236	236	236	236	236
INFLUENCIA SIMPATÍA	Pearson	,005	,026	,005	-,001	,034	,086	,007
	Sig.	,936	,696	,944	,985	,600	,186	,913
	N	236	236	236	236	236	236	236
FAVORABILIDAD SIMPATÍA	Pearson	**,131***	-,035	-,007	,044	-,017	-,020	-,039
	Sig.	**,044**	,597	,916	,497	,798	,759	,553
	N	**236**	236	236	236	236	236	236
CONFIABILIDAD SIMPATÍA	Pearson	,059	-,068	-,081	,061	,110	-,055	,034
	Sig.	,368	,298	,214	,350	,091	,401	,603
	N	236	236	236	236	236	236	236
INFLUENCIA AUTORIDAD	Pearson	-,067	,049	-,002	,014	,064	,059	,081
	Sig.	,305	,450	,976	,827	,324	,368	,215
	N	236	236	236	236	236	236	236
FAVORABILIDAD AUTORIDAD	Pearson	,019	,000	,032	**-,135***	-,017	-,027	-,011
	Sig.	,769	1,000	,625	**,038**	,798	,681	,863
	N	236	236	236	**236**	236	236	236

		EXTRAV	NEUROT	PSICOT	DISIMULO	DESEO DE CONTROL	SENSIBILIDAD AL CASTIGO	SENSIBILIDAD AL REFUERZO
CONFIABILIDAD AUTORIDAD	Pearson	,013	-,116	-,112	,081	,056	,002	-,061
	Sig.	,841	,074	,087	,213	,395	,973	,349
	N	236	236	236	236	236	236	236
INFLUENCIA ESCASEZ	Pearson	,047	,064	,029	**-,275****	-,009	,090	**,202****
	Sig.	,471	,330	,661	**,000**	,891	,168	**,002**
	N	236	236	236	**236**	236	236	**236**
FAVORABILIDAD ESCASEZ	Pearson	-,087	,124	-,104	,073	-,106	**,208****	-,071
	Sig.	,185	,057	,111	,263	,106	**,001**	,278
	N	236	236	236	236	236	**236**	236
CONFIABILIDAD ESCASEZ	Pearson	**,148***	**-,185****	-,017	,039	,060	**-,270****	-,055
	Sig.	**,023**	**,004**	,798	,546	,356	**,000**	,404
	N	**236**	**236**	236	236	236	**236**	236
TOTAL CONFIANZA	Pearson	,084	**-,193****	-,094	,069	**,128**	**-,168****	-,024
	Sig.	,199	**,003**	,149	,294	**,050**	**,010**	,719
	N	236	**236**	236	236	**236**	**236**	236