



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Psicología

“Las Representaciones Sociales del Éxito y sus Símbolos. Guía del Bienestar Subjetivo”

Tesis presentada para obtener el título de:

Maestría en Psicología Social

Presenta: Irma Téllez Ramírez

Asesor: Juan Manuel Morales Juárez

Diciembre 2015

Agradecimientos

A mis maestros quienes con su paciencia, conocimiento y sabiduría me ayudaron a descubrir un mundo desconocido lleno de sorpresas y nuevas experiencias.

Al hermoso ser que siempre confió en mí demostrándome su cariño y amor incondicional.

A mi familia quienes me apoyaron en este proceso.

Abstract

Este es un documento que aborda la relación del concepto del éxito y sus símbolos con el grado de influencia que ejerce sobre el bienestar subjetivo desde la teoría de las Representaciones Sociales. Es de importancia resaltar que actualmente los gobiernos en diferentes países están cada vez más interesados en el bienestar e incorporar a este aspecto como parte de los indicadores de calidad de vida y crecimiento. En una primera parte se revisan algunos estudios realizados sobre el éxito, para posteriormente aproximarse a un concepto del éxito y el bienestar con el análisis de los resultados obtenidos en los grupos entrevistados.

Introducción

A lo largo de este trabajo de investigación se explicará la relación entre el concepto de éxito y bienestar subjetivo, una relación que ha evolucionado con el hombre mismo, debido a que éste siempre ha estado en una búsqueda continua, una búsqueda que no sólo le ha permitido satisfacer sus necesidades básicas sino inclusive a crear otras, llevando a gestar una cultura del logro y de competencia. Al ser conceptos subjetivos, el éxito y el bienestar han estado y están presentes en la forma de vida y la relación que establecen las personas, manejando una imagen, que se describe a través de la teoría de las Representaciones Sociales.

Cada vez son más las organizaciones e instituciones que están dirigiendo la mirada al éxito y el bienestar, por ejemplo la ONU, OCDE, SEP, INEGI, etc. han realizado mediciones sobre el bienestar subjetivo de sus habitantes como un indicador de desarrollo de un país, así que en esta investigación se intentará abordar desde otras perspectivas lo que se considera bienestar subjetivo y la estrecha relación que guarda con el concepto de éxito, desde la economía hasta la filosofía.

El fotógrafo Cartier-Bresson contaba a menudo que, a su vuelta a Francia, su país natal, a finales de 1950, encontró la popularización del *American Way of Life*, según el cual la felicidad parece desde entonces inevitablemente vinculada al consumo. Será uno de sus temas preferidos el abstraer el anhelo de consumo a través de las miradas que muestran el deseo de los consumidores. En los grandes almacenes de los diferentes países que visita realiza numerosas fotografías por medio de las cuales es posible comparar la manera en la que una mujer ansía un sombrero en Rusia, en Alemania y en los Estados Unidos. Parece que el deseo de bienes materiales no tiene fronteras.

Los opuestos: éxito – fracaso y bienestar – enfermedad, han persistido por mucho tiempo en las poblaciones, a tal grado que mucha de la publicidad y la mercadotecnia se basan en atrevería a decir que en estos binomios, generando una sociedad consumista donde el culto a la imagen se vive en todas las clases económicas, edades y géneros. En la gestación

y desarrollo del consumismo se puede notar que impacta en todas las áreas de la vida del hombre ya sea laboral, familiar, espiritual, corporal. En algún momento el tener suplantó al ser y ahora el poder con el tener y considero que ocurre en ese mismo sentido una suplantación entre el concepto éxito por el de bienestar subjetivo.

Este trabajo de investigación trata en el primer capítulo de dimensionar la importancia social del éxito y del bienestar subjetivo sobre los cuales los gobiernos e instituciones dirigen cada vez más su atención abordándolos desde visiones económicas, políticas, filosóficas, psicológicas, científicas y de negocios. En el segundo capítulo se explica brevemente los antecedentes, concepto, estructura y mecanismos de la teoría de las *Representaciones Sociales* creada por *Serge Moscovici* desde la cual se aborda esta investigación, así mismo se definen los conceptos de éxito y bienestar. El tercer capítulo se describe el método y técnicas de investigación delimitando el tipo de investigación, la población y muestra con la que se trabajó, los instrumentos y las fases de obtención, tratamiento y síntesis de la información obtenida, para concluir en el cuarto capítulo que se dedica a la presentación, análisis e interpretación de los resultados.

Esta investigación aporta una primera visión social sobre el éxito y el bienestar, dejando ver que ambos conceptos no tienen límites muy claros o definidos en la influencia que ejercen sobre los individuos y sociedades en la búsqueda de la felicidad, abriendo varias problemáticas como las propuestas y estrategias a las cuales se puede recurrir para esclarecer estos límites y brindar mejores opciones a las personas sobre su desarrollo y actuar.

Tabla de Contenidos

Índice

Capítulo 1. Presentación del problema	12
Planteamiento del problema	12
Objetivos	15
Justificación	15
Visión contextual	17
Desde la economía	17
Mediciones de la OCDE e INEGI	18
Desde las neurociencias	20
Desde la psicología	20
Desde las escuelas de negocios	21
Desde la filosofía	22
Capítulo 2. Marco Teórico	23
Representaciones Sociales	23
Antecedentes	24
Concepto	24
Características	27
Estructura	28
Mecanismos internos	29
Objetivación	29
Anclaje	30
Definición de conceptos	31
Éxito	31
Valores	33
Bienestar	37

Capítulo 3. Método y Técnicas de investigación	42
Tipo de investigación	42
Población y muestra	44
Técnicas de recolección de la información	45
Cuestionario	46
Entrevista	47
Técnicas de procesamiento de la información	48
SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)	48
Teoría fundada o fundamentada	49
Fases de obtención y tratamiento de información	50
Fase I. Elaboración y aplicación de cuestionario	50
Dimensión Información	51
Dimensión Imagen	53
Dimensión Actitud	56
Análisis de resultados fase piloto	58
Fase II. Elaboración, aplicación y obtención de la información de la entrevista	60
Fase III. Sistematización de información	62
Conjunto 1	62
Conjunto 2	64
Conjunto 3	66
Conjunto 4	67
Conjunto 5	69
Conjunto 6	71
Conjunto 7	72
Conjunto 8	74

Capítulo 4. Resultados	87
Descripción de resultados	87
Presentación de resultados	106
Análisis de resultados	110
Interpretación de los resultados	117
Conclusión	121
Bibliografía	123
Anexos	126

Lista de Imágenes

Número de imagen	Nombre	Página
1	Modelo valores Schwartz	35

Lista de Tablas

Número de Tabla	Nombre	Página
1	Descripción valores Schwartz	36
2	Concentrado de respuestas P1 a P6	53
3	Conjunto y categorías	61
4	Diccionario del 1er. Conjunto	61
5	Agrupación éxito contadores	62
6	Agrupación éxito psicólogos	63
7	Agrupación éxito albañiles	63
8	Agrupación satisfacción contadores	64
9	Agrupación satisfacción psicólogos	64
10	Agrupación satisfacción albañiles	64
11	Agrupación bienestar contadores	66
12	Agrupación bienestar psicólogos	66
13	Agrupación bienestar albañiles	66
14	Agrupación imagen éxito contadores	67
15	Agrupación imagen éxito psicólogos	68
16	Agrupación imagen éxito albañiles	68
17	Agrupación influencia éxito contadores	69
18	Agrupación influencia éxito psicólogos	70
19	Agrupación influencia éxito albañiles	70
20	Agrupación AC siente contadores	71
21	Agrupación AC siente psicólogos	71
22	Agrupación AC siente albañiles	71
23	Agrupación uso de dinero contadores	72
24	Agrupación uso de dinero psicólogos	73
25	Agrupación uso de dinero albañiles	73
26	Agrupación logro objetivos contadores	74
27	Agrupación logro objetivos psicólogos	74

28	Agrupación logro objetivos albañiles	75
29	Síntesis y media conjunto 1	76
30	Síntesis y media conjunto 2	76
31	Síntesis y media conjunto 3	76
32	Síntesis y media conjunto 4	77
33	Síntesis y media conjunto 5	77
34	Síntesis y media conjunto 6	78
35	Síntesis y media conjunto 7	78
36	Síntesis y media conjunto 8	78
37	Comparativa conjunto 1	79
38	Comparativa conjunto 2	80
39	Comparativa conjunto 3	80
40	Comparativa conjunto 4	81
41	Comparativa conjunto 5	82
42	Comparativa conjunto 6	83
43	Comparativa conjunto 7	84
44	Comparativa conjunto 8	85
45	Significado concepto éxito	89
46	Significado concepto satisfacción	91
47	Significado concepto bienestar	94
48	Significado imagen éxito	97
49	Significado influencia éxito	99
50	Significado AC hacia el logro éxito	101
51	Significado uso de dinero	104
52	Significado logro de objetivos	106
53	Categorías definitorias	107

Lista de Gráficas

Número de gráfica	Nombre	Página
1	Grafica 1	51
2	Grafica 2	52
3	Grafica 3	52
4	Grafica 4	53
5	Grafica 5	55
6	Grafica 6	56
7	Grafica 7	57
8	Grafica 8	57
9	Grafica 9	58
10	Grafica 10	86
11	Concepto éxito	87
12	Concepto satisfacción	90
13	Concepto bienestar	92
14	Imagen de éxito	95
15	Influencia éxito	98
16	Actitud hacia el logro de éxito	100
17	Uso de dinero	102
18	Logro de objetivos	105
19	Categorías definatorias totales	109

Capítulo 1

Presentación del problema

Planteamiento del problema

En estos tiempos es fácil encontrar en librerías y puestos de revistas diversos textos que versan sobre la capacidad que todo ser humano tiene para lograr lo que se proponga, desde cómo llevar al éxito a su negocio hasta cómo tener una vida exitosa y feliz. Por otro lado también se puede escuchar en los programas de radio, anuncios de talleres, cursos y diplomados sobre este mismo sentido de éxito, superación personal, felicidad y cumplimiento de metas, que muchas veces son asociadas estas características con el bienestar subjetivo. Y no obstante con ello, también es muy frecuente ver en las telenovelas y series mexicanas casi el mismo guión de historia donde a través del esfuerzo el protagonista se volvió exitoso, con una familia feliz, en un medio de abundancia económica. Todo pareciera señalar que constante y repetidamente se envían mensajes a la población mexicana sobre “puedes hacerlo”. Al mirar en el presente así como unos años atrás se afirman muchas situaciones que funcionan como ejemplo de la sociedad, cultura y pensamiento del “*se puede*”. En el 2000 al ganar las elecciones presidenciales Vicente Fox Quesada, gritaban en coro la multitud -¡sí se pudo! -. Esta frase pareciera ser repetida por las maestras de las escuelas primarias para motivar a sus alumnos diciéndoles -tú puedes-, llevándonos a vivir en una “*sociedad del cansancio*”.

Para Byung-Chul Han autor del libro “*La sociedad del cansancio*”, no hay ninguna otra imagen mejor que represente a nuestra sociedad actual que la de Prometeo encadenado, donde día tras día es devorado y regenerado sin descanso, como “*sujeto de autoexplotación, se vuelve presa de un cansancio infinito*” (Han, 2012, pág. 9) Esta sociedad de cansancio es generada por un exceso de “positividad” es decir, una sociedad donde todo se puede. Los adultos de esta sociedad han sido educados y se han desarrollado en un contexto de padres, maestros y repetidos mensajes de “positividad”, sin embargo esta forma de convivir genera por una parte poblaciones deprimidas y por otro lado poblaciones frustradas al atribuirle al “yo”, al “ser”, al “individuo” toda la responsabilidad de la realización de metas, de ser exitoso

y muchas veces entendido también como en un estado de bienestar subjetivo. Las poblaciones deprimidas y frustradas no consideran el hecho de que la población exitosa son más bien un grupo reducido a casos de éxito en los cuales además del esfuerzo realizado por el individuo se involucraron otros factores como la suerte, la temporalidad, el contexto, las relaciones sociales y su nivel socioeconómico para que se convirtieran en casos de éxito. Es decir, si Bill Gates hubiera diseñado su sistema operativo de Windows en estos días, muy probablemente no tendría el mismo éxito que tuvo en la década de los ochentas, donde había un campo fértil y sin competencia en el área en el que él se desenvolvía. Entonces cuando un joven universitario se esfuerza y desea profundamente seguir el ejemplo de Bill Gates hay una mínima probabilidad de que ocurra debido a que en la actualidad el desarrollo e innovación de estos sistemas está en manos de grandes empresas, dejando a poblaciones frustradas y deprimidas debido a su "fracaso", a pesar de su esfuerzo.

Ahora bien, todos aquellos que no pertenecen al grupo selecto de personas exitosas, luego entonces, son de inmediato incluidas en el lado opuesto, los fracasados. DeGovia hace referencia a los binomios "vida-éxito" y su contrario "muerte-fracaso". *"...El concepto de "vida" es contrario y se opone activamente a todo lo que pueda perturbar la armonía, de aquí que vivir es tener "éxito..."* (DeGovia, 1972, pág. 63) de esta forma la sociedad va buscando el éxito concibiéndolo cómo sinónimo de bienestar.

En este escenario donde la imagen social cada vez cobra mayor importancia, donde la imagen otorga las posibilidades de vínculos o de relaciones sociales y donde esa imagen es construida por la mercadotecnia, orientando el consumo. Esa imagen ha sido vinculada al concepto de éxito y a un estilo y nivel de vida al que pocos pueden llegar, sin embargo ha sido asociado ese éxito y sus símbolos al sentido de bienestar, las condiciones de bienestar entonces se han asociado a la capacidad de consumo y asociados a las condiciones de placer, de tal manera que el éxito ha cobrado importancia en la vida social. Sin embargo contrasta con la realidad social mexicana y en particular el estado de Puebla. Se puede observar en la ciudad las contradicciones de este sistema por una parte a la población de la clase social alta y/o "exitosa" y por otra a la población "fracasada", grupos de personas desempleados o subempleados. Y en este contexto *¿Cuáles son los símbolos de éxito actualmente? ¿Cuál es la*

representación social de éxito? ¿Cómo se vincula el éxito con el concepto de bienestar subjetivo y social? Motivo por el cual en este trabajo se realizará una exploración del éxito y sus símbolos como guía del bienestar.

Estas preguntas no pueden ser mejor respondidas sino desde esa mirada social y común que nos brinda la teoría de las Representaciones Sociales. Por tener esa dinámica de lo cotidiano.

"Las representaciones sociales constituyen una teoría con una diversidad de conceptualizaciones. La sociedad en su permanente movilidad está produciendo constantemente representaciones sociales para motivar la acción y dar sentido a las interacciones humanas que emergen de los problemas de los sujetos (niños, jóvenes, mujeres, etcétera) en la vida diaria. Las representaciones sociales, a diferencia de otras teorías, le han otorgado una gran importancia a los aspectos culturales y, por tanto, mantienen una flexibilidad para ajustarse a las diferencias en los grupos, sus patrones culturales y la información que circula en una sociedad dada." (Romero Rodríguez , 2004)

En refuerzo a esta idea de Representación Social, Guerrero Tapia menciona que:

"El fenómeno que tiene que ver con una teoría del sentido común, es decir aquel conocimiento que los grupos sociales desarrollan para poder comunicarse en lo cotidiano y asimilar conceptos o nociones, que muchas veces son complejas son traducciones que hacen para poder ponerlas en un lenguaje para comunicarse y entenderse. Ese tipo de aspectos de las representaciones sociales sigue existiendo." (Panóptico Social, 2013)

En el prefacio que escribe Lagache (1979) en la traducción del libro de "El psicoanálisis, su imagen y su público" menciona que Moscovici plantea *"uno de los más seductores problemas que es el de los modelos psicológicos latentes, a partir de los cuales los miembros de una sociedad determinada piensan su experiencia y su conducta"* (Moscovici, La psychanalyse son image et son public, 1979, pág. 5). Yo lo consideraré más que problema una sustentación para describir la experiencia del éxito y el bienestar subjetivo.

Objetivos

Conocer cuáles son y qué papel desempeñan los “símbolos de éxito” actualmente.

Conocer las representaciones sociales del éxito y sus símbolos para identificar la relación que guarda con el bienestar subjetivo

Justificación

El concepto de Estado de Bienestar surge con el Fordismo Keynesiano (1913-1973) y en México en el mismo periodo inicia la institucionalización de éste al hacerse cargo de las condiciones básicas de la población a través de la creación de instituciones como: SEP, IMSS, PEMEX, ISSSTE, etc. y partir de éstas trató de brindar los servicios mínimos y básicos para los habitantes. Pero no es hasta el 18 de mayo de 1994, cuando México se convirtió en el miembro número 25 de la OCDE. (OCDE, s.f.) que sucedió un cambio, con repercusiones en el presente, en el sistema social donde el estado deja de ser el Estado de Bienestar para ser el administrador y ahora casi veinte años después se expresa a través de reformas educativas, fiscales, energéticas y laborales que propicia una mayor distancia entre las clases sociales, dando un gran poder a la mercadotecnia, empresarios y sus modelos de consumo.

Casi veinte años después de que México se incorpora a la OCDE, su nivel de desarrollo y crecimiento deja mucho que decir al ser evaluado y comparado con los demás miembros de la organización, de acuerdo al Better Life Index (Índice para una Vida Mejor), “*México obtuvo bajos niveles de bienestar en prácticamente todos los incisos*” (Rivera López, 2011) Un mayor bienestar para la población implica no sólo un mejoramiento de las condiciones de vida sino también una mayor conciencia. Las sociedades son dinámicas y es importante conocer si ese dinamismo ayuda o destruye. Una idea sobre el concepto que se tenga de bienestar propiciará a un entendimiento sobre el concepto de éxito que interviene en el comportamiento social.

Al ir cambiando el sistema de producción por el de consumo, el estado permite que grandes empresas propongan nuevas formas para facilitar este último a través, de entre muchas otras, del otorgamiento de tarjetas de crédito. Los habitantes de los países con mayor progreso económico están clasificados en la categoría de consumistas, se calcula que 80% de ellos conforman la sociedad de consumo, que se caracteriza por obtener mayores

satisfacciones al consumir productos innecesarios. Aun los bienes y productos que son necesarios para vivir sí son consumidos en exceso provocan necesidades llamadas "creadas", es decir, que en realidad una familia o una comunidad puede vivir bien sin ellas, pero la costumbre les ha hecho creer que son necesarias.

"Cerca de 15% de la población mundial que vive en los países de altos ingresos es responsable de 56% del consumo total del mundo, mientras que el 4,0% más pobre, en los países de bajos ingresos, es responsable solamente de 11% del consumo". (ONU, s.f.)

El consumo cobró un elevado prestigio, ya que los objetos no dejan de valorarse como signos tangibles del éxito, pruebas no sólo de progreso sino también de ascensión e integración social, guías de consideración honorífica. Las marcas y la publicidad se encargan de exhibir los objetos como símbolos de la posición, para crear una imagen de superioridad social.

Eric Fromm mencionaba que *el consumir es una forma de tener*. Al parecer consumir tiene cualidades relacionadas y dispuestas de tal manera que se ven cicladas en el mismo proceso debido a que por un lado el consumir alivia la angustia pero también requiere el consumir más, porque el consumo previo pronto pierde su efecto satisfactorio. *Los consumidores modernos pueden identificarse con la fórmula siguiente: yo soy = lo que tengo y lo que consumo.* (Fromm, 2013, pág. 49)

George Katona psicólogo y economista cuyo marco de referencia es la teoría del campo de Kurt Lewin, la Gestalt y la teoría económica de Keynes, concluyó que *"la pertenencia a un grupo de referencia influye en los hábitos de gastos del consumidor. El gasto del dinero es para alcanzar el mayor número de satisfacciones."* (Katona, 1965, págs. 89, 101)

Por su parte Lipovetsky menciona que *cada vez es menos cierto que adquirimos objetos para obtener prestigio social o para desmarcarnos de los grupos de estatus inferior y afiliarnos a grupos de estatus superior.* (Crocì & Vitale, 2012, pág. 86) Se puede considerar que el consumo ha comenzado a marcar una tendencia con rumbo al bienestar, la funcionalidad y el placer mismo.

En la búsqueda del bienestar subjetivo las sociedades se concentran en la materialización del éxito a través de sus símbolos. Entonces es común observar a poblaciones en búsqueda continua de símbolos que materialicen su éxito y con ello hacer legítimo su bienestar subjetivo. Motivo por el cual considero pertinente el tema de investigación que se propone.

Visión Contextual

Muchas han sido las investigaciones que se han realizado sobre bienestar y no tantas sobre el éxito sin embargo en el presente apartado se ofrece una visión general de los diversos trabajos existentes en la literatura nacional e internacional relacionados con el objeto de estudio; ya sea por el lado de las representaciones sociales, o por la parte que concierne a las políticas de gobierno, la economía, las neurociencias, las escuelas de negocios y la filosofía.

Si bien esos estudios no relacionan directamente las Representaciones Sociales con el éxito o el éxito con el bienestar subjetivo, sí establecen relación con cuestiones simbólicas y que hacen referencia a construcciones socialmente compartidas, así como a descubrimientos en el área evolutiva del hombre o filosofías que son promesas de una vida mejor.

Desde la Economía

Desde sus orígenes el hombre se ha esforzado por contar y medir iniciando por su ganado y territorio hasta actualmente su desarrollo y bienestar social. Ahora bien los propios creadores del sistema de *contabilidad nacional* que dio origen a la medida del PIB mencionaron y advirtieron de las limitaciones de esta medida como medida del bienestar.

"John Maynard Keynes, John Hicks y Simon Kuznets desarrollaron el sistema de contabilidad nacional porque sus gobiernos necesitaban mejores medios para gestionar sus economías frente a las espectaculares fluctuaciones del Ciclo económico en el período de entreguerras. Kuznets creador del sistema norteamericano unificado de contabilidad nacional, advirtió que hay que tener en cuenta las diferencias entre cantidad y calidad del crecimiento." (Wikipedia, 2014)

Bajo esta perspectiva han sido muchos los autores que han contribuido al debate sobre la medición del bienestar originado por la dificultad de definir lo que se debe entender por bienestar.

El premio Nobel de Economía, Amartya Sen quien ha publicado diversos libros que profundizan en el tema de bienestar social menciona que *"vivimos en un mundo de opulencia sin precedentes, difícil de imaginar hace cien o doscientos años y sin embargo también vivimos en un mundo de notables privaciones, miseria y opresión. Hay muchos problemas nuevos y viejos. La superación de estos problemas constituye una parte fundamental del ejercicio del desarrollo"* (Sen, 2000) De tal manera que esta idea permite ver un poco más allá de una medición lineal y cuantitativa, dando la oportunidad de que se examine desde diversas perspectivas el concepto de bienestar el cual considero en algún momento estableció una conexión íntima con el de éxito.

Mediciones de la OCDE e INEGI

La producción industrial y el crecimiento económico eran en el pasado los únicos elementos considerados necesarios para el bienestar de una población, sin embargo, ahora no sólo obedece a factores económicos, sino que incluye otros elementos: culturales, políticos, educativos, el avance de la ciencia y la tecnología, entre otros. La OCDE considera 11 temas como esenciales para el bienestar en términos de las *"condiciones materiales de vida (empleo, ingresos, vivienda) y la calidad de vida (comunidad, educación, equilibrio laboral-personal, medio ambiente, participación ciudadana, salud, satisfacción ante la vida y seguridad)."* (OCDE, 2012)

"Hace unas décadas, el bienestar de una población se medía sólo con base en el ingreso económico. Recientes estudios económicos y sociales demostraron que la riqueza descansa en sus habitantes, de modo que una nación podrá acumular más riqueza si sus habitantes son capaces de desarrollar su potencial, ser productivos y aportar su creatividad." (SEP, 2010) En la actualidad, para conocer el nivel de bienestar de una población y hacer comparaciones se consideran algunos indicadores como la alimentación, la educación, la salud, la vivienda y la calidad del ambiente.

En el mundo existen grandes contrastes en los niveles de bienestar que se reflejan en la calidad de vida de la población. Por ejemplo, algunos países y regiones cuentan con servicios de lujo que podrían considerarse innecesarios, como estéticas y agencias de viajes para mascotas; por otro lado, hay países que carecen hasta de un dispensario que cuente con vacunas y medicinas básicas.

"El bienestar es un concepto multidimensional que requiere de una medida multidimensional. No obstante, puede ser difícil tener una visión sencilla de un panorama tan complejo. La ventaja de los índices compuestos es que permiten tener una perspectiva fácil de interpretar de los modelos de bienestar." (OCDE, s.f.)

Se pueden encontrar algunas iniciativas a nivel mundial que buscan medir el bienestar. Por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) realizó hace tiempo el Better Life Index (Índice para una Vida Mejor).

El índice permite compara los niveles de bienestar social de los 34 países miembros de la OCDE al evaluar 11 indicadores considerados esenciales para determinar el nivel de satisfacción de sus habitantes, explica José Antonio Ardavín, director de la oficina de la organización en México. (Rivera López, 2011)

Meses después el INEGI realiza una encuesta sobre el "Bienestar" en todo el país.

Como parte de los compromisos que se desprendieron de la Conferencia Latinoamericana para la Medición del Bienestar y la Promoción del Progreso de las Sociedades que tuviera lugar en la Cd. de México del 11 al 13 de mayo de 2011, el INEGI decidió emprender una primera exploración de medición del Bienestar Subjetivo, sus dominios, sus condicionantes y su contexto (INEGI, s.f.)

Durante el primer trimestre de 2012, el INEGI aplicó, de manera experimental, un cuestionario sobre la evaluación subjetiva del bienestar a la población entre 18 y 70 años de edad.

Al parecer "dar elogios o reconocimientos favorece el bienestar: Las personas que reciben elogios o reconocimientos tienen un balance afectivo de 0.52, mientras que el nivel del balance afectivo promedio de las personas que no recibieron elogios o reconocimientos es de 0.39. (INEGI, Comunicado de Prensa. Indicadores Macroeconómicos del sector Público, 2012)

Al respecto, Miren Maite Ansa Eceiza acerca de la relación entre bienestar material y bienestar subjetivo, menciona que *"la economía asume que el bienestar material es una condición previa de bienestar (well-being) y felicidad y que los cambios de ésta están estrecha y directamente relacionados con los cambios en el poder adquisitivo."* (Ansa Eceiza, 2008) Con ello sin duda alguna veo la necesidad de estudiar el bienestar y sus determinantes desde una perspectiva más amplia que la que ha sido habitual.

Desde las neurociencias

Las neurociencias son un conjunto de disciplinas que estudian la estructura, la función, el desarrollo, la bioquímica, la farmacología y la patología del sistema nervioso, ofreciendo un apoyo a la psicología con la finalidad de entender mejor la complejidad del funcionamiento mental. La tarea central de las neurociencias es la de intentar explicar cómo funcionan millones de células nerviosas en el encéfalo para producir la conducta y como a su vez estas células están influidas por el medio ambiente. Desde esta perspectiva en relación al éxito *"parece que el ganar y dominar durante largos períodos afecta el comportamiento que muestran las personas exitosas respecto a quienes ocupan lugares bajos en la escala social de tal forma que es posible que los niveles plasmáticos de testosterona tengan una relación con la corrupción, el sexo, la cocaína y el éxito."* (Robertson, 2012) Este comportamiento se basa en los niveles de testosterona que libera la persona al experimentar un éxito o ganar reduciendo al mismo tiempo los niveles de cortisol que le permiten reaccionar lejos de la empatía o emotividad.

Desde la psicología

En esta área son muchas las investigaciones que hacen referencia al bienestar e inclusive a la calidad de vida sin embargo son las investigaciones de Martin Seligman que considero se acercan más al concepto de éxito que se ha popularizado.

Martin Selligman junto con Csikszentmihalyi (Selligman, 2008) han comentado que la psicología necesita basarse en lo positivo que sirva para prevenir enfermedades y no enfocarse únicamente a la patología que ha provocado dejar fuera muchos aspectos importantes como la creatividad, la espiritualidad y la responsabilidad que influyen positivamente en la salud. Este enfoque se ha llamado psicología positiva porque está dirigida a los aspectos positivos del ser y no a la patología.

Es desde esta perspectiva de la psicología positiva que Selligman desarrolla muchos trabajos sobre la satisfacción, felicidad y bienestar, en los cuales considera tres áreas que proveen de bienestar a los sujetos, estas dimensiones son: la vida placentera, vida compromiso y vida significativa. Considerando el concepto de éxito como la capacidad de logro que se materializa a través de símbolos como el estatus económico, intelectual y/o social se puede diferenciar en la vida placentera, productos o bienes materiales que proveen al sujeto de placer; en la vida compromiso se ubica todas aquellas relaciones humanas que se puedan consolidar como la pareja, la familia y la amistades; y por último en la vida significativa se considera el sentido de vida.

Desde las escuelas de negocios

Esta mirada hace énfasis en el éxito más que en el bienestar. Por ejemplo Eduardo Sallenave, especialista en Planeamiento Estratégico en Comunicación, dirigió una encuesta en Argentina, publicada en la revista DIRCOM, donde destaca "*ganar más, parecería ser un signo de éxito*" (Sallenave, 2011) aunque en un principio de la encuesta el mayor porcentaje se inclinaba al lado de que el concepto de éxito está en relación con la superación personal, que al parecer ven traducida en ganar más, sin embargo hasta cuándo o mejor dicho hasta cuánto es ganar más.

Por otra parte también se enfatiza que el éxito además de tener una gran dosis de esfuerzo tiene el factor suerte que si no se es consciente de ello puede generar grandes frustraciones.

Desde la filosofía

En un enfoque postmoderno, Lipovetsky plantea que *lo que ahora sostiene la dinámica consumista es la búsqueda de la felicidad privada, la optimización de nuestros recursos corporales y comunicativos, la salud ilimitada y la conquista de espacio-tiempos personalizados.* (Lipovetsky, 2013, pág. 38) Tal planteamiento asocia el logro de la felicidad con las facilidades de vida, el progreso, la mejora continua de la existencia material, porque cuando los modernos crearon la idea del progreso para la humanidad mediante el dominio técnico del mundo, abrieron las puertas del confort a todos gracias a la inteligencia y la ciencia a través de la inventiva de los hombres.

El propio desarrollo de la modernidad generó la idea de que la felicidad de la humanidad se identifica con el progreso, la justicia y las condiciones materiales de existencia. Vencer las epidemias y prolongar la vida tanto como sea posible, eliminar el padecimiento y la pobreza, asegurar la prosperidad de la mayoría, que se esté bien alimentado, bien vestido impone al bienestar como nuevo horizonte que brinda de sentido a la vida misma. Pareciera que la felicidad ya no radica en la conciencia de uno mismo, sino en la transformación del mundo, donde las penas se hagan ligeras, se embellezca la vida y se procure cada vez más las satisfacciones materiales. *La cultura del bienestar* materializa el ideal de la felicidad.

En este primer capítulo se observa que al parecer las empresas en la búsqueda de mayores beneficios y el propiciar un mayor consumo en las personas han llegado al punto de ofrecer algo más que una mera satisfacción generando una tendencia con rumbo al bienestar, proponiendo en sus campañas publicitarias formas de vida saludables y felices que venden más por tocar un punto muy humano que es el de la búsqueda de la felicidad. Se debe prestar atención a esta situación porque genera el deseo de conseguir éxito repetidamente y se pierde de vista que éste en su demostración social busca un bienestar privado. El PIB se ha quedado como una medida pobre sobre todo si se quiere visualizar la percepción de bienestar de una nación por lo cual al incluir más indicadores se convierte en un aspecto más multidimensional. Por rasgos abstractos y subjetivos no se ha generalizado una idea satisfactoria o que responda a todas las incógnitas que se plantean en sí mismos los conceptos de éxito, bienestar y felicidad. En el siguiente capítulo se abordarán estos aspectos.

Capítulo 2

Marco Teórico

Representaciones Sociales

Serge Moscovici reconoce en el lenguaje y el sentido común los dos modos básicos de la cognición humana, donde cada uno de ellos provee una manera distinta de ordenar, experimentar, comunicar y construir la realidad. *"Es una teoría particular de las formas colectivas de pensamiento y creencia, y de las comunicaciones producidas bajo la constricción de la sociedad"* (Moscovici, 1993, p.2)

Esta teoría plantea que el sentido común, conocimiento folklórico, o conocimiento popular, si bien se genera en los diálogos y conversaciones, no lo hace a través de clichés, lugares comunes o estereotipos, sino en el *contenido potencial* que está presente en las comunidades o en las ciencias, y que sirve para representar objetos presentes, ausentes e incluso inexistentes. Por un lado Moscovici (1993) reconoce que:

"...las representaciones sociales presentan un dilema, que radica en el hecho de que el material recolectado por la persona está constituido por creencias individuales, opiniones, asociaciones o actitudes, a partir de las cuales hay que ensamblar los principios organizadores del grupo social, ligados por sus características culturales, sociológicas y psicológico-sociales."

Y por su parte Abric considera ampliamente la "tematización" como el principal material de configuración. *"Aunque el concepto de la tematización es relativamente simple y ciertamente importante para entender cómo se está haciendo el contenido de una representación, es sólo una hipótesis que debe confirmarse"*. (Abric, 1996)

Ciertamente la comunidad ejerce sobre el pensamiento individual un poder mediante el cual dota de posibilidad diversas cosas que a su vez pueden ser en un mismo modo imposibles. Una representación social es un fenómeno construido colectivamente en lo que dicen y hacen cotidianamente los individuos por lo cual cuando las personas hablan, atribuyen al objeto rasgos y significados que lo hacen parte del mundo social del grupo al que pertenecen.

Antecedentes

Entender las representaciones sociales, es entender toda una conceptualización de fenómenos en un contexto determinado. Esta teoría creada por Serge Moscovici y que tiene sus orígenes en el libro "El Psicoanálisis, su imagen y su público", publicado en 1961 y no puede ser separada de su mismo contexto de ese tiempo que era una reconstrucción y re conceptualización de diversos fenómenos en diferentes campos debido a los pocos años que le separaban del fin de la segunda guerra mundial, la cual tuvo un impacto gigantesco, provocando cambios en todos los niveles y áreas del ser humano, de su sociedad y relaciones. Momento más idóneo para el surgimiento de esta teoría. *"El concepto de representación social se construye a partir de la crítica que Moscovici realiza al concepto durkheimniano de representación colectiva, y se propone como una alternativa al concepto de actitud."* (Estramiana, 1995)

Concepto Representación Social

Moscovici explicó en una ocasión: *"si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto."* (Ibañez Gracia, 1988, pág. 32) En efecto, la definición de representación social ha sido uno de los aspectos más controvertidos.

Primero habría que empezar preguntándose: ¿qué se entiende por representación comúnmente? Una representación puede referirse lo mismo a objetos ideales que a reales, tanto ausentes como presentes.

En el acto de representación siempre se relaciona un sujeto (grupal e individual) con un objeto determinado. Representar es, en el sentido estricto de la palabra, volver a presentar, o sea, re-producir, un objeto cualquiera mediante un mecanismo alegórico. Esta re-producción siempre es subjetiva. *"En la representación tenemos el contenido mental concreto de un acto de pensamiento que restituye simbólicamente algo ausente, que aproxima algo lejano. Particularidad importante que garantiza a la representación su aptitud para fusionar precepto y concepto y su carácter de imagen."* (Jodelet, 1988, pág. 476)

En todo caso, la representación siempre es portadora de un significado asociado que le es inherente. Al ser formulada por sujetos sociales, no se trata de una simple reproducción sino de una complicada construcción en la cual tiene un peso importante, además del propio objeto, el carácter activo y creador de cada individuo, el grupo al que pertenece.

Sería imperdonable caer en el error de considerar que las representaciones son un mero espejo mental del mundo exterior. Al respecto Moscovici explica claramente:

“Aquí y allá existe una tendencia a considerar que las representaciones sociales son reflejo interior de algo exterior, la capa superficial y efímera de algo más profundo y permanente. Mientras que todo apunta a ver en ellas un factor constitutivo de la realidad social, al igual que las partículas y los campos invisibles son un factor constitutivo de la realidad física.” (Moscovici & Hewstone, 1988, pág. 710)

La teoría de las representaciones plantea que no hay distinción alguna entre lo externo e interno, como objetivo y subjetivo, tanto en el caso de los individuos como en los grupos a los cuales estos pertenecen. “El sujeto y el objeto no son fundamentalmente distintos.” (Moscovici en Abric, 2001).

Los objetos están registrados en contextos estructurados, al menos en parte, por la persona o el grupo en cuestión como una prolongación de sus visiones particulares y de sus prácticas cotidianas. Para la teoría de las representaciones el estímulo y la respuesta son factores indisolubles: he ahí su primer logro, en medio de un panorama dominado por el conductismo.

“La noción de representación social nos sitúa en el punto donde se intersecan lo psicológico y lo social. Antes que nada concierne a la manera en que nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras, el conocimiento «espontáneo», «ingenuo» que tanto interesa en la actualidad a las ciencias sociales, ese que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común, o bien pensamiento natural, por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias,

pero también de las informaciones, conocimientos, y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, este conocimiento es, en muchos aspectos, un conocimiento socialmente elaborado y compartido. [...] En otros términos, se trata [además] de un conocimiento práctico.” (Jodelet, 1988, pág. 473)

Esta insistencia por rescatar las creencias de la gente y por revalorizar sus teorías del mundo más allá de lo que suponen las disciplinas rígidas es una ganancia de primer orden para las ciencias sociales en su esfuerzo por descender del pedestal, del distanciamiento positivista, y llegar a las masas. De las definiciones de representación una de las más aceptadas por su naturaleza sintética y generalizadora, así como por su poder integrador ha sido la de Denise Jodelet que dice:

“El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal.” (1986: 474).

Las representaciones implican mecanismos de analogía respecto al objeto según la focalización y el punto de vista de los individuos así como la posición del grupo al cual estos pertenecen. En sí, *“toda representación es un sesgo de cada sujeto.”* (Ursua, 1987 pág: 349).

Para Moscovici, una representación social es *“una modalidad particular de conocimiento cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación.”* (Moscovici, 1979, págs. 17, 18) Las representaciones son una forma de pensamiento natural informal, un tipo de saber empírico, que además se articula al interior de los grupos con una utilidad práctica, en esencia como una guía para la acción social de los sujetos, es decir, como un saber finalizado.

Las representaciones son teorías del sentido común y autores como: Moscovici, Jodelet, Abric, Banchs, coinciden en este punto.

En la vida cotidiana ninguna representación social existe aislada de otras representaciones. De hecho, no se puede hablar de una representación social pura pues, en realidad, las representaciones constituyen intrincados sistemas en cuyo desenvolvimiento tiene un peso fundamental la historia de cada persona y del grupo en general. *“Las representaciones están inscritas en los pliegues del cuerpo, en las disposiciones que tenemos y en los gestos que realizamos. Forman la sustancia de ese habitus del que hablaban los antiguos, que transforma una masa de instintos y órganos en un universo ordenado, en un microcosmos humano del macrocosmos físico, hasta el punto de hacer que nuestra biología aparezca como una sociología y una psicología, nuestra naturaleza como una obra de la cultura. Enraizada así en el cuerpo, la vida de las representaciones se revela como una vida de memoria.”* (Moscovici & Hewstone, 1988, págs. 708, 709)

Características

Para resumir, se acepta que toda representación social posee los siguientes rasgos: (Jodelet, 1988, pág. 478)

- a) Siempre es la representación de un objeto.
- b) Tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto.
- c) Tiene un carácter simbólico y Significante.
- d) Tiene un carácter constructivo.
- e) Tiene un carácter autónomo y creativo.

Estructura

Moscovici sugiere tres elementos en torno a los cuales se estructuran los componentes de una representación social: la actitud, la información y el campo de representación.

La actitud se manifiesta como la disposición más o menos favorable que tiene una persona hacia el objeto de la representación, y expresa por lo tanto una evaluación y valoración de la relación a ese objeto. Los diversos componentes afectivos que forman parte de cualquier representación se articulan precisamente sobre esta dimensión evaluativa, imprimiendo a las representaciones sociales un carácter dinámico. Es así como el componente actitudinal de las representaciones sociales dinamiza y orienta decisivamente las conductas hacia el objeto representado, suscitando un conjunto de reacciones emocionales e implicando a las personas con mayor o menor intensidad.

La información sobre los objetos presentados varía notablemente, tanto en calidad como en cantidad. Los diversos grupos sociales y las personas que los integran, disponen de medios de acceso a la información que son muy variables según los diversos objetos. Las pertenencias grupales y las ubicaciones sociales median la cantidad y la precisión de la información disponible, incidiendo en el tipo de representación social que se forma. *"La información –dimensión o concepto- se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social"*. (Moscovici, 1979, pág. 45)

El campo de representación, hace referencia a la ordenación y a la jerarquización de los elementos que configuran el contenido de la misma. Se trata del tipo de organización interna que adoptan esos elementos cuando quedan integrados en la representación. El campo de representación se organiza en torno al esquema figurativo o núcleo figurativo. Es él quien confiere su peso y su significado a todos los demás elementos que están presentes en el campo de la representación. El núcleo figurativo se construye a través del proceso de objetivación y proviene de la transformación de los diversos contenidos conceptuales relacionados con un objeto, en imágenes. Estas imágenes ayudan a que las personas se forjen una visión menos abstracta del objeto representado, sustituyendo sus dimensiones conceptuales más complejas por elementos figurativos que son más accesibles al

pensamiento concreto. Las ideas abstractas se convierten así en formas icónicas. *“La dimensión que designamos por medio del vocablo “campo representación” nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refieren a un aspecto preciso del objeto de la representación.”* (Moscovici, 1979, pág. 46)

Mecanismos internos

Los mecanismos internos por los cuales se conforma, funciona y elabora la Representación Social planteada por Moscovici son la objetivación y el anclaje que en sus palabras dice: *“Una representación social se elabora de acuerdo a dos procesos fundamentales: la objetivación y el anclaje”.* (Moscovici, 1979, pág. 75)

“Moscovici puso de manifiesto dos procesos principales que explican cómo lo social transforma un conocimiento en representación y cómo esta representación transforma lo social” (Jodelet, 1988, pág. 480) A continuación se describe brevemente cada uno de estos procesos que se llevan a cabo en la formación de una Representación Social.

Objetivación

El pensamiento social tiende a traducir los conceptos en preceptos, transformando lo que es abstracto en elementos concretos. El proceso de objetivación es una proyección que nos hace materializar en imágenes concretas lo que es puramente conceptual. En palabras de Denise Jodelet:

“En este proceso, la intervención de lo social se traduce en el agenciamiento y la forma de los conocimientos relativos al objeto de una representación, articulándose con una característica del pensamiento social, la propiedad de hacer concreto lo abstracto, de materializar la palabra.” (Jodelet, 1988, pág. 481)

La objetivación presenta una construcción selectiva, la cual se trata de del proceso mediante el cual los distintos grupo sociales, y los individuos que los integran, se apropian, de una forma que es específica de cada uno de ellos, las informaciones y los saberes sobre un objeto determinado. Esta apropiación consiste en retener ciertos elementos de información, rechazando otros que pasan desapercibidos o se olvidan rápidamente. Los elementos

retenidos sufren un proceso de transformación para que puedan encajar en las estructuras de pensamiento que ya están constituidas en el sujeto. Se trata por lo tanto de un proceso de adaptación de los nuevos elementos de información.

Ahora bien los diversos elementos de información que han sido seleccionados, y convenientemente adaptados, a través del proceso de apropiación, se organizan para proporcionar una imagen del objeto representado suficientemente coherente y fácilmente expresable. El resultado de esta organización interna es un esquema figurativo. *"De esta manera, los conceptos teóricos se constituyen en un conjunto gráfico y coherente que permite comprenderlos de forma individual y en sus relaciones."* (Jodelet, 1988, pág. 482)

El esquema figurativo adquiere un status ontológico que lo sitúa como un componente más de la realidad objetiva. El esquema figurativo no es sino el resultado de un proceso de construcción social de una representación mental. El esquema figurativo pasa a ser la expresión directa de una realidad que se le corresponde perfectamente y de la que no parece constituir sino un reflejo fiel. *"Las figuras, elementos del pensamiento, se convierten en elementos de la realidad, referentes para el concepto."* (Jodelet, 1988, pág. 483) Una vez que ha quedado constituido, el núcleo figurativo tiene toda la fuerza de los objetos naturales que se imponen por sí mismos a nuestra mente.

Anclaje

Junto con el mecanismo de la objetivación el segundo mecanismo que describe Moscovici es el mecanismo de anclaje. Su función consiste en integrar la información sobre un objetivo, dentro de nuestro sistema de pensamiento tal y como está constituido. Así, el anclaje es el mecanismo que permite formar las innovaciones o la toma de contacto con objetos que no nos son familiares. Utilizamos las categorías que nos son ya conocidas para interpretar y para ser sentido a los nuevos objetos que aparecen en el campo social. En cierto sentido, siempre vemos el nuevo a través de lentes antiguos y lo deformamos lo suficiente como para hacerlo entrar en los esquemas que nos son familiares. En palabras de Moscovici: *"A través del proceso de anclaje, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del que puede disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales"*

existentes. (...) (Moscovici, 1979, pág. 121) Para Denise Jodelet "este segundo proceso, se refiere al enraizamiento social de la representación y de su objeto. En este caso, la intervención de lo social se traduce en el significado y la utilidad que les son conferidos" (Jodelet, 1988, pág. 486)

Continuando en la línea que marca Denise Jodelet sobre la explicación del anclaje es importante resaltar que este mecanismo, Moscovici "considera varias modalidades que permiten comprender: cómo se confiere el significado al objeto representado; cómo se utiliza la representación en tanto que sistema de interpretación del mundo social, marco e instrumento de conducta; cómo se opera su integración dentro de un sistema de recepción" (Jodelet, 1988, pág. 486) Las innovaciones no son tratadas por igual por todos los grupos sociales. Los intereses y los valores propios de los diversos grupos actúan con fuerza sobre los mecanismos de la selección de la información, abriendo más o menos los esquemas establecidos para que la innovación pueda ser integrada.

"Tanto en una palabra como en diez, la objetivación traslada la ciencia al dominio del ser y el anclaje la delimita en el del hacer, para controlar la prohibición de comunicación." (Moscovici, La psychanalyse son image et son public, 1979, pág. 121)

Definición conceptos

Éxito

El termino éxito proviene del latín "exitus", que significa "salida", de ahí que se determine que el éxito se refiera al resultado final o satisfactorio de una tarea. Al parecer la sociedad actual es una sociedad del éxito, sin embargo no siempre se tiene la noción clara de adonde se quiere llegar.

"El ideal de superarse y de triunfar no se limita ya a unas cuantas esferas de la vida social, hoy invade el conjunto de la sociedad, canibalizando el consumo y los modos de existencia, la intimidad y los estados de ánimo. Todos dopados, todos con la obligación de ser competitivos, de aceptar riesgos, de funcionar como un reloj: la cultura de la proeza se despliega en todas direcciones. Desde los estadios hasta las empresas, desde las diversiones hasta las aulas, desde la belleza hasta la alimentación, desde el sexo hasta la salud, todos los dominios han caído bajo la lógica de la competencia y del

perfeccionamiento por el perfeccionamiento, ya que todo el espacio social e incluso mental se encuentra remodelado por el principio de explotación a ultranza de los potenciales.” (Lipovetsky, 2013, págs. 250,251)

Aparece como una constante el deseo de triunfar, ser “alguien”, pero ¿qué es triunfar? O ¿ser exitoso? Es como si con el concepto de éxito se expresara en realidad el anhelo de alcanzar la realización, pero no se escoge esta realización como el resultado de una conciencia profunda de lo que se es o anhela sino a través de metas planteadas por la sociedad en que se vive convirtiéndose en objetivos primordiales, por ejemplo; la posesión de dinero, reconocimiento, poder, etc., sin la discusión de esas metas, se da por acuerdo que son las mejores para cada persona, para la familia, el país y el mundo. *“Yo demuestro, al menos parcialmente, que existo, como individuo único, por lo que compro, por los objetos que pueblan mi universo personal y familiar, por los signos que combino “a mi manera””.* (Lipovetsky, 2013, pág. 39)

Tampoco resulta claro cuándo se ha alcanzado el éxito, ya que no resulta fácil distinguir qué clase de amor es amor, ni cuánto dinero, poder o reconocimiento es la medida del éxito, por ello la utilización cada vez mayor de símbolos que permitan demostrar el éxito alcanzado. *“Bien es verdad que durante todo este ciclo el consumo conserva un elevado potencial de prestigio, ya que los objetos no cesan de valorarse como signos tangibles del éxito, pruebas de ascensión e integración social, vectores de consideración honorífica”.* (Lipovetsky, 2013, pág. 35)

En repetidas ocasiones se confunde al éxito con la posesión de sus símbolos y se termina por confundirse en que el ser o la persona es el símbolo que exhibe por ejemplo: no se dice tiene dinero sino es rico así como es médico, abogado, etc en lugar de considerar que conoce o ejerce esa profesión.

“Nuestra educación generalmente intenta preparar al estudiante para que tenga conocimientos como posesión, que por lo general se evalúan por la cantidad de propiedad o prestigio social que probablemente tendrá más tarde. El mínimo que recibe el alumno es la cantidad que después necesitará para desempeñar adecuadamente su trabajo. Además, a cada uno le dan “un paquete de conocimientos de lujo” para aumentar su

sentimiento de valor, y el tamaño de cada paquete está de acuerdo con el probable prestigio social que tendrá la persona". (Fromm, 2013, págs. 61,62)

Esta búsqueda del éxito conceptualizado en esta forma hace que se pierda la identidad porque se piensa, siente y actúa en función de los símbolos en turno. Al no ser cuestionados estos símbolos se ejerce una programación hacia el éxito exterior y superficial, para gestar a un ser humano programado para lo que el medio espera de él como consumidor eficiente e insaciable de bienes, modas, noticias, ideas, etc., sin embargo lo artificial y convencional que es ajeno al ser y a la vida no puede poseerse, solo lucirse, generando vacío, ansiedad y frustraciones.

"Al mutilar todas las previsiones, la pobreza material se vive como carencia de autonomía y de proyecto, como obsesión por sobrevivir, como sensación de fracaso y de hundimiento social. En la sociedad de hipercosumo, la precariedad intensifica el trastorno psicológico, la convicción de haber fracasado en la vida. Entre las clases móviles y socializadas por el trabajo, las frustraciones propiamente materiales disminuyen, entre los "de abajo" se agravan y generan la convicción de que se lleva una vida "que no es vida". Esa es la evidencia de la civilización de la felicidad, su nuevo vía crucis". (Lipovetsky, 2013, pág. 190)

Valores

Los valores internos, aquellos capaces de dar la paz, tranquilidad y felicidad deseada, no tienen lugar en la carrera hacia el éxito, no se ven, no pueden contarse ni exhibirse, generando que no importe ya, por ejemplo, si la familia es un mero formalismo, sin amor o entendimiento, vale según los símbolos: apariencia de los miembros, casa, muebles, ubicación, etc. Pocas veces importa si el trabajo es un engaño, si la capacidad es desperdiciada, vale según el sueldo que marca el estatus. Esa competencia hace del éxito como usualmente se entiende, una oposición entre el otro y el yo, entre el individuo y la sociedad, entre la persona y el medio. Fromm hacía una distinción entre pares de valores que sirven para ilustrar de una manera más clara la oposición entre los valores externos e internos, donde el éxito se afianza en los primero descartando los segundos.

SEGURIDAD-INSEGURIDAD. Significa no avanzar, permanecer donde se está, retroceder, en otras palabras, apoyarse en lo que se tiene que es muy tentador, porque se puede sentir seguridad en lo que se posee. Al sentir miedo en consecuencia se evita dar un paso hacia lo desconocido, lo incierto, al cambio. Sólo lo viejo, lo conocido, es seguro, o por lo menos así parece. *"Cada paso nuevo encierra el peligro de fracasar, y ésta es una de las razones por las que se teme a la libertad. Y sin embargo, aunque tener cosas ofrece seguridad, la gente admira a los que tienen una visión de lo nuevo, a los que abren nuevos caminos, a los que se atreven a avanzar"*. (Fromm, 2013, pág. 123)

SOLIDARIDAD-ANTAGONISMO. En el modo de ser, la posesión privada (la propiedad privada) tiene poca importancia afectiva, porque yo no necesito poseer algo para gozarlo, y ni siquiera para usarlo. En el modo de ser, muchas personas (de hecho millones) pueden compartir el gozo del mismo objeto, ya que nadie necesita (o desea) tenerlo como condición para gozarlo. Esto no sólo evita la lucha, sino que crea una idea, una pieza de música, una pintura, un símbolo, un rito o aun las penas. *"La experiencia de compartir forma y mantiene viva la relación entre dos individuos vitales; es la base de todos los grandes movimientos religiosos, políticos y filosóficos"*. (Fromm, 2013, pág. 129)

ALEGRÍA – PLACER. La palabra placer se usa de distintas maneras, pero considerando su uso en el pensamiento popular, parece conveniente definirlo como la satisfacción de un deseo que no requiere actividad (en el sentido vital). *"Este placer puede ser muy intenso: el placer de tener éxito social, ganar más dinero, sacarse la lotería; el convencional placer sexual; de comer hasta hartarse; de ganar una carrera; el estado producido por las bebidas alcohólicas, el trance o las drogas"* (Fromm, 2013, págs. 130, 131)

AQUÍ, AHORA-PASADO, FUTURO. El modo de ser sólo existe aquí y ahora. El modo de tener sólo existe en el tiempo: en el pasado, en el presente y en futuro. En el modo de tener, se está vinculado con lo que se ha acumulado en el pasado: tierra, fama, posición social, conocimientos, hijos, recuerdos, etc. Se piensa en el pasado y se experimenta recordando los sentimientos del mismo. Somos el pasado "Yo soy lo que fui". El futuro es una anticipación de lo que se convertirá en el pasado. En el modo de tener, esto se concibe como el pasado, y se expresa cuando se dice: "Esta persona tiene futuro", lo que significa que tendrá muchas

cosas, aunque hoy en día no tenga nada. El presente es el punto donde se unen el pasado y el futuro, una frontera en el tiempo, pero no distinto en calidad de los dos reinos que une. "El ser no necesariamente ocurre fuera del tiempo, pero éste no es la dimensión que gobierna al ser". (Fromm, 2013, pág. 141)

En 1990 Shalom Schwartz propone su "Teoría de los Valores Fundamentales" en la cual considera que los valores humanos se organizan en una continua de motivaciones interrelacionadas, las cuales se pueden clasificar en al menos 10 valores fundamentales, que son reconocibles en cualquier cultura. Como se muestra a continuación los valores cercanos son coherentes entre sí, mientras que los que están en posiciones opuestas son incompatibles. Por ejemplo, una persona con fuertes valores de "universalismo" suele tener también potenciados los relacionados con "benevolencia", en cambio dará una importancia negativa a los relacionados con el "poder" o el "logro".

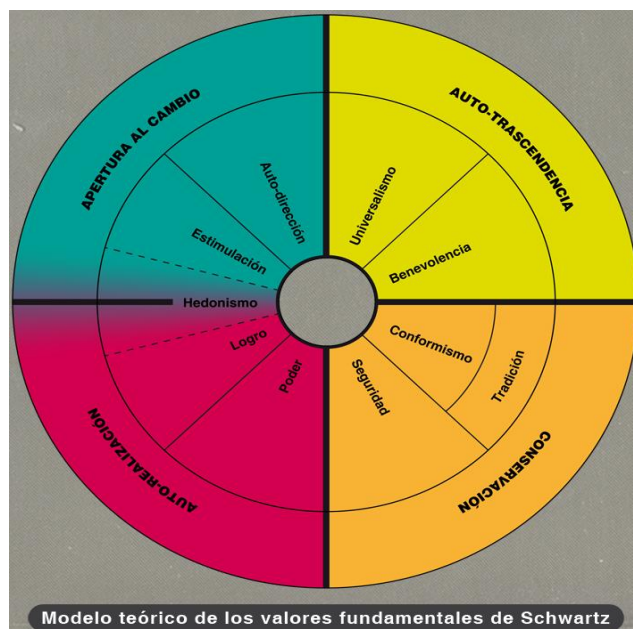


Imagen 1. Modelo Valores

Tabla 1. Descripción Valores Schwartz

Descripción de Valores individuales (Schwartz, 1992)

Tipo motivacional	Descripción	Área general en la que se incluye
Poder	Búsqueda de la posición y prestigio social, control o dominio sobre personas o recursos.	Promoción Personal
Logro	Búsqueda del éxito personal como resultado de la necesidad de competencia y manejo de ciertas habilidades para la supervivencia.	
Hedonismo	Procede de la necesidad del organismo de experimentar sensaciones de placer y gratificación.	
Estimulación	Búsqueda de experiencias nuevas, variadas, emocionantes y retadoras.	Apertura al Cambio
Autodirección	Independencia en la acción y en el pensamiento. Supone libertad, curiosidad y creatividad.	
Universalismo	Búsqueda del bienestar de toda la humanidad y naturaleza. Supone comprensión, respeto y tolerancia.	Auto-Trascendencia
Benevolencia	Preocupación por el bienestar de la gente cercana. Incluye elementos de honestidad, lealtad, amistad y amor.	
Tradición	Respeto y aceptación de las costumbres e ideas culturales y religiosas. Incorpora elementos de humildad y moderación.	Conservación
Conformidad	Manejo y control de aquellos impulsos que tienen el potencial de dañar a otros individuos y violar expectativas o normas sociales.	
Seguridad	Búsqueda de seguridad, armonía y estabilidad en las sociedades a partir de motivaciones tanto personales como grupales.	

En la vida cotidiana se ve al mundo a través de los lentes de las preconcepciones, influyendo en los conceptos al hacer referencia a madurez o inmadurez, adaptación o desadaptación, sanidad o enfermedad, como si éstas fueran afirmaciones verdaderas cuando en realidad ocultan juicios de valor coloreando así la visión que se tiene del mundo donde los medios de comunicación juegan un papel muy importante. *"En efecto, los medios diseñan y echan a andar estrategias complejas de control social, que no sólo tienen que ver con la política, sino también con la educación y la cultura"*. (Quiroz Palacios, 2014, pág. 112)

Por otra parte el fracaso que ha sido considerado como un resultado negativo o erróneo de algo que se esperaba en positivo, cada día es más repudiado o señalado como sinónimo de pobreza, malestar y desagrado.

"El error no es simplemente eso, un error. Debido a que inconscientemente se haya ligado al miedo a la reprobación, los seres humanos hemos hecho del error toda una cultura que llamamos "cultura del error" que, en definitiva, no es más que la forma social que adquiere el miedo al error en el inconsciente colectivo. El error, a través de la cultura, ejerce una presión sobre la sociedad y la empresa, de modo tal, que condiciona la observación imparcial del entorno. La aceptación de luchar contra el error se ha convertido en un hábito social contra el que es difícil oponerse." (López, 2010, pág. 89)

Generando una sociedad obsesionada con el éxito, con la apariencia así como de salir triunfante de cualquier adversidad que lleva a considerar el término "sociedad del cansancio" de Yuang Chan Han así como también Lipovetsky hace una consideración al respecto.

"Naturalmente, como muchos otros sentimientos, la decepción es una experiencia universal. Como ser deseante cuya esencia es negar lo que es –Sartre decía que el hombre no es lo que es y es lo que no es-, el hombre es un ser que espera y, por lo mismo, acaba conociendo la decepción. Deseo y decepción van juntos, y pocas veces se salva la distancia que hay entre la espera y lo real, entre el principio del placer y el principio de realidad. Pero aunque la decepción forma parte de la condición humana, es preciso observar que la civilización moderna, individualista y democrática, le ha dado un peso y un relieve excepcionales, un área psicológica y social sin precedentes históricos." (Lipovetsky , 2008, pág. 20)

Bienestar

El hombre desde siempre ha buscado el bienestar y mucho de esta búsqueda ha impactado directamente en el desarrollo de las civilizaciones, tecnología y ciencia, sin embargo el bienestar por el que ahora se trabaja no es el mismo de hace cien o mil años atrás, debido a que éste es una apreciación que la persona hace de su vida, donde el contexto o ambiente son casi determinantes.

"La cultura del bienestar no se concibe sin todo un arsenal de normas, de informaciones técnicas y científicas que estimulen un trabajo permanente de autocontrol y vigilancia de sí: tras el imperativo categórico, el imperativo narcisista glorificado sin

cesar por la cultura higiénica y deportiva, estética y dietética. Conservar la forma, luchar contra las arrugas, velar por una alimentación sana, broncearse, mantenerse delgado, relajarse, la felicidad individualista es inseparable de un extraordinario esfuerzo de dinamización, mantenimiento, gestión óptima de uno mismo. La ética contemporánea de la felicidad no sólo es consumista, es de esencia activista, constructivista: no ya, como antes, gobernar idealmente sus pasiones, sino optimar nuestros potenciales; no ya la aceptación resignada del tiempo, sino la eterna juventud del cuerpo; no ya la sabiduría, sino el trabajo de calidad de uno sobre sí mismo; no ya la unidad del yo, sino la diversidad high tech de las exigencias de protección, de mantenimiento, de valoración del capital del cuerpo.” (Lipovetsky, 2014, pág. 55)

Entonces el bienestar deja de ser una opinión o percepción para convertirse en una experiencia del sujeto ya sea hedónica, afectiva, cognitiva o mística. El INEGI en 2012 realizó una encuesta sobre Bienestar en la cual trataba de determinar si una persona cuenta con determinados satisfactores, remitiendo nuevamente a la experiencia que un sujeto hace a partir de su relación con ciertos bienes, con sus ámbitos de acción, con sus entornos sociales, etc., dando paso a un consumismo de experiencias. *“En esencia, el consumo ha dejado de ser una actividad regulada por la búsqueda del reconocimiento social para desplegarse en vistas al bienestar, la funcionalidad y el placer en sí mismo.” (Crocì & Vitale , 2011, pág. 86)* Por ello es fácil encontrar el aumento de productos dirigidos al placer con campañas publicitarias cada vez más agresivas y competitivas, así como la creación de profesiones cada vez más relacionadas con el espectáculo y los servicios creativos por ejemplo artes culinarias, diseño de vestuario o animación digital.

“La mercadotecnia sensorial quiere ante todo mejorar las condiciones sensibles, táctiles y visuales, sonoras y olfativas de los productos y lugares de venta. Lo sensible y lo emocional se han convertido en temas de investigación mercadotécnica, destinados por un lado a diferenciar las marcas en un universo hipercompetitivo y por otro a prometer una “aventura sensitiva y emocional” al hiperconsumidor que busca sensaciones variadas y mayor bienestar sensible”. (Lipovetsky, 2013, pág. 40)

Es entonces ¿el bienestar lo que constituye el sentido de la vida? y ¿su promoción lo que justifica todas las actuaciones humanas individuales y colectivas? Aristóteles hablaba del

" *Sumo Bien*", como el final, o más bien la finalidad, del camino en el transcurrir de la vida humana. El filósofo sostiene que la felicidad es el único valor final y suficiente en sí mismo. Final en tanto en cuanto todo lo demás no es más que un medio para alcanzarla, y suficiente porque, una vez conseguida, nada más es deseado. En 1973 se introdujo este término en el *Psychological Abstracts International*. Posteriormente, debido a su carácter difuso y a sus connotaciones filosóficas, progresivamente ha ido dando paso en el vocabulario psicológico a los conceptos algo más manejable como de "bien-estar personal" (*well-being*) o de "satisfacción con la vida" (Fierro, 2000). En 2011 Martin Seligman propone cinco componentes del Bienestar que son; 1º Positivity (positividad), 2º Engagement (involucrarse, 3º Relationships (Relaciones), 4º Meaning (Significado) y 5º Achievement (Logro).

El bienestar subjetivo no es, evidentemente, una idea nueva, lo que sí, es la asociación de éste con las facilidades de vida, el progreso, la mejora continua de la existencia material. En el siglo XVIII, con la Revolución Industrial, se anunció el Progreso para y por el género humano, generando la idea de un avance también indefinido hacia el bienestar a través del dominio del mundo, trayendo al paraíso justo al mundo terrenal gracias a la inteligencia e inventiva humana. Por lo cual responder actualmente "no soy feliz, no estoy bien" es sinónimo de una vida fracasada y por el contrario decir que se "es feliz y está bien" es una forma de convencerse de que el conjunto de la vida a pesar de todo, tiene cosas muy buenas y positivas. *"Los individuos no se protegen ya del mal de ojo, sino de sus propios juicios negativos que, demasiado condenatorios, les devuelven una imagen lamentable de sí mismos. Se trata en suma de una actitud que tiende a exorcizar el desánimo, a proteger la confianza en uno mismo."* (Lipovetsky, 2013, pág. 307)

La búsqueda del bienestar a través del éxito se vuelve sumamente estresante. Se hace un esfuerzo constante pagando un precio muy alto en salud, tiempo, etc, para alcanzar lo que se representa como éxito y que se cree demuestra el bienestar que se posee. *"La sociedad de la decepción es una sociedad en que a los individuos les cuesta reconocer su decepción y su insatisfacción. Confesarlas es cada vez más difícil en una cultura en que infelicidad significa fracaso personal y en la que prefiere dar envidia a recibir compasión."* (Lipovetsky , 2008, pág. 106)

En el libro *“La muerte de Eros”* de Byuang Chang Han se menciona que la depresión es una “enfermedad narcisista” generada por una relación con el yo exagerada, el sujeto está agotado y fatigado de sí mismo, generando un estado de malestar que pocas veces se deja ver al otro debido a las expectativas o exigencias sociales. *“El actual sujeto narcisista del rendimiento está abocado, sobre todo, al éxito. Los éxitos llevan consigo una confirmación del uno por el otro.”* (Han, 2014, págs. 11, 12)

La búsqueda de la felicidad, del bienestar a través de la optimización del cuerpo y la comunicación, la salud ilimitada, la utilización del espacio y el tiempo, ha generado el reinado del consumismo. Por lo cual el bienestar de la humanidad ahora se ve identificado con el progreso de las condiciones materiales de la existencia, generando cada vez más frustraciones y decepciones.

“Cuando se promete la felicidad a todos y se anuncian placeres en cada esquina, la vida cotidiana es una dura prueba. Más aún cuando la “calidad de vida” en todos los ámbitos (pareja, sexualidad, alimentación, hábitat, entorno, ocio, etc.) hoy es el nuevo horizonte de espera de los individuos. ¿Cómo escapar a la escalada de la decepción en el momento del “cero defectos” generalizado? Cuanto más aumentan las exigencias de mayor bienestar y una vida mejor, más se ensanchan las arterias de la frustración. Los valores hedonista, la súper oferta, los ideales psicológicos, los ríos de información, todo esto ha dado lugar a un individuo más reflexivo, más exigente, pero también más propenso a sufrir decepciones. Después de las “culturas de la vergüenza” y de las “culturas de la culpa”, como las que analizó Ruth Benedict, hemos ahora en las culturas de la ansiedad, la frustración y el desengaño.” (Lipovetsky , 2008, pág. 21)

La humanidad parece acercarse cada vez más al perfeccionamiento de la individualidad en la cual sólo hay espacio para los deseos personales e imposición de ideas, habrá que tener cuidado con ello y observar con mucha atención el desarrollo del mismo puesto que la existencia de la humanidad que se conoce puede dejar de ser como tal. *“El culto de la felicidad de masas ha generalizado la legitimidad de los placeres y contribuido a promover la fiebre de la autonomía individual”* (Lipovetsky, 2014, pág. 50)

Los conceptos de éxito y bienestar muestran la búsqueda de un fin común, un bien mayor, la felicidad. En esta búsqueda se involucran valores determinados por lo social, gestando una cultura dictada por los gobiernos y las grandes empresas que señalan al bienestar como un producto fácil de conseguir a través de sus servicios, es aquí donde la Teoría de las Representaciones Sociales brinda una oportunidad para explorar la estructura que las personas realizan sobre estos conceptos. En el siguiente capítulo se abordará detalladamente el método y las técnicas que se utilizaron para obtener la Representación Social de los grupos estudiados.

Capítulo 3

Método y Técnicas de investigación

Tipo de Investigación

El modelo mixto de investigación es la combinación entre el enfoque cualitativo y cuantitativo, que están presentes en el desarrollo de esta investigación. Hernandez Sampieri considera las cinco fases de Grinnell, donde se ven íntimamente relacionados los dos enfoques.

- a) *Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos*
- b) *Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.*
- c) *Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.*
- d) *Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas de análisis.*
- e) *Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras. (Hérmendez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1998, pág. 5)*

La presente investigación se desarrolló principalmente desde un enfoque cualitativo, para el cual el mundo social está construido de símbolos y significados, de ahí que la subjetividad sea una pieza clave de este tipo de investigación y su objetivo sea entonces el intento de tener una mayor comprensión de los sentidos, significados y definiciones de la situación social, tal y como se presenta; se utilizaron también instrumentos de recolección y procesamiento de información de tipo no solo cualitativo sino también de tipo cuantitativo para enriquecer la misma.

Al tener como intención que la investigación sea exploratoria, descriptiva y comparativa se aborda en el desarrollo del proyecto el marco de las representaciones sociales y socio cognitivo que nos refieren a cómo el sujeto organiza en su mente el mundo social, y por lo tanto a los modos cómo llegamos a tener un conocimiento estructurado de ese mundo. *“El núcleo central de la Cognición Social sería el supuesto de que existen representaciones estructuradas y estables que determinan la conducta social, mediante la orientación de la*

percepción, archivado y memorización, recuperación, enjuiciamiento y orientación de la relación con los otros.” (p.38) (Clemente Díaz, 1992)

En las últimas investigaciones psicosociales se ha marcado una tendencia hacia las representaciones sociales. Ello parece significar que los investigadores asumen, por lo menos implícitamente, que la vida de los individuos se desarrolla en un medio simbólico y que éste consiste en un conjunto estructurado de creencias, actitudes y estereotipos. Bajo este escenario es pertinente y necesario articular distintos niveles de análisis.

Doise enuncia cuatro niveles diferentes de explicación característicos de los estudios en psicología social: Nivel I: es el que se refiere al estudio de los procesos intraindividuales o psicológicos, Nivel II: es el que concierne a los procesos intrasituacionales e inter-individuales, Nivel III: se refiere a la explicación que utilizan las diferentes posiciones (estatus) sociales como variables intervinientes (procesos intra e interindividuales), 4) Nivel IV: se basa en las concepciones generales o representaciones sociales.

Al ser la unidad de análisis del presente trabajo los conceptos y relaciones que establecen los individuos en función del bienestar, donde se presupone que el éxito y sus símbolos juegan un papel protagónico, permite ubicar al proyecto en un nivel IV con una articulación entre los mismos.

La articulación entre los niveles es necesaria para explicar la representación que se tiene sobre el éxito y sus símbolos, así como la forma en que influye en el bienestar subjetivo, porque para poder describir, explicar y comparar las relaciones sociales existentes entre los campos que conforman la representación (información, representación y actitud) es necesaria la revisión y análisis de los enlaces que forman entre sí los niveles intraindividual, interindividual y de estatus. Todo esto permitirá al mismo tiempo conocer las conceptualizaciones, representaciones y actitudes que se tienen sobre el éxito y el valor, así como los símbolos de éxito actuales. El estatus social en donde se encuentre un individuo pueden reforzar ciertas relaciones sociales como en este caso sería pensar que por mostrar mayor cantidad de símbolos de éxito se está en un “mayor” estado de bienestar, aunque no se vea lo que hay detrás que puede ser desde vivir endeudado por pagar tarjetas de crédito

hasta vivir "*valores de auto-promoción*" como son el "éxito y/o poder" que de acuerdo a Schwartz son "*contrarios a los valores de auto-transendencia, como son universalidad y benevolencia*". Pareciera ser que en la sociedad actual prevalece el bien individual sobre el común y que además es plausible inclusive para quien es perjudicado. Las experiencias de Deconchy "*describen mecanismos que explican de qué modo la adhesión de los individuos a sus creencias interfiere las regulaciones sociales.*"

Población y muestra

Un aspecto sobresaliente en la metodología que es usada principalmente en el estudio de las representaciones sociales es que de acuerdo a la intención que se tiene en la investigación de describir y comparar se emplea una metodología donde "*se escoge una muestra de sujetos pertenecientes a uno o varios grupos y se les somete a diversas técnicas de recogida de datos.*" (Díaz, 1992)

La población a investigar es la de contadores, psicólogos y albañiles, por el hecho de explorar las semejanzas y diferencias que guardan entre éstas debido a su formación y estatus social.

Se recurre a la muestra no probabilística o también llamada dirigida porque supone un procedimiento de selección informal opuesto al de las muestras probabilísticas. Sin embargo, este tipo de muestras suelen ser utilizadas en muchas y diversas investigaciones donde a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población. Para el caso actual del proyecto se tendrá una muestra llamada "variada" cuyo propósito es documentar la diversidad para buscar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades. Esta muestra estará conformada por: 10 contadores, 10 psicólogos y 10 albañiles que se encuentren laborando.

Los 10 contadores laboran en el Cooperativo Zucces, S.C. que de acuerdo a su historia se funda en el año 2002 con la unión de 4 talentosos profesionales de la contabilidad y el derecho fiscal, con el objetivo de proveer al empresario poblano servicios corporativos, contables, administrativos y fiscales teniendo el compromiso y la honestidad como pilares fundamentales de la firma. Sus instalaciones están ubicadas en la Privada 6 A Sur 6303 Col

Lagulena en el municipio de Puebla. Los contadores entrevistados dentro del organigrama son mandos medios.

La población de psicólogos se obtuvo del Centro de Psicoterapia INDEH (Integración y Desarrollo Humano) en Chipilo 109 Col. La Paz fundado en 1980 por el Dr. Juan José Ramírez Medina quien fallece en el año 2006, continuando con su legado y filosofía su hija Dyana Ramírez Esparza quien se esfuerza por mantener viva la línea de trabajo estimulada por la investigación, el deseo de seguir adquiriendo conocimientos para ayudar mejor a las personas. Los psicólogos entrevistados son terapeutas o auxiliares en el proceso de psicoterapia.

La población de albañiles provienen de dos localidades que son: Santa María Acuexcomac y San Antonio Cacalotepec. La primera está situada en el Municipio de San Pedro Cholula en el Estado de Puebla con 4048 habitantes de los cuales 1872 son hombres y 2176 son mujeres. El porcentaje de analfabetismo entre los adultos es de 7.71% con mas del doble de predominancia en mujeres que hombres, el grado de escolaridad es de 5.79 (6.14 en hombres y 5.50 en mujeres). En la localidad se encuentran 826 viviendas y el .62% de los adultos hablan alguna lengua indígena. La localidad de San Antonio Cacalotepec está ubicada en el Municipio de San Andrés Cholula en el Estado de Puebla. Tiene 137 habitantes de los cuales 61 son hombres y 76 mujeres. El porcentaje de analfabetismo es de 1.46% y el grado de escolaridad es de 6.66. En la localidad se encuentran 31 viviendas y el 2.92% de adultos hablan alguna lengua indígena. Los albañiles entrevistados son en su mayoría maestros y muy pocos chalanos.

Técnicas de recolección de la información

Fueron varios los procedimientos que se utilizaron para obtener los resultados de la presente investigación, con el único objetivo de ampliar y enriquecer la visión que se tiene sobre los conceptos de éxito y bienestar. *"Las representaciones sociales son un constructo complejo que envuelve ideas, valores, creencias, prácticas, sentimientos, imágenes, actitudes, conocimientos, comprensiones y explicaciones que no pueden ser investigados por un solo método."* (Quiroz Palacios, 2011)

Para esta investigación se utilizó el cuestionario y la entrevista semi-estructurada que permitieron revisar, valorar y analizar aspectos tanto subjetivos como objetivos de la representación social del éxito y sus símbolos.

Cuestionario

Tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario y constituye una de las técnicas directas de obtención de datos sobre aspectos objetivos y subjetivos. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto al tema a investigar o abordar. El contenido de las preguntas es tan variado como los aspectos que se desean indagar. De los objetivos se desprenden las cuestiones concretas a investigar, traduciendo los conceptos a preguntas.

Se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas por el investigador, es decir, se presentan a los sujetos las opciones de respuestas y ellos deben ajustarse a éstas, sí bien son fáciles de codificar y preparar para su análisis, limitan las respuestas de la muestra. Por su parte las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado, en teoría, infinito, generando una dificultad para codificar, clasificar y preparar el análisis.

Ahora bien como cada cuestionario obedece a diferentes necesidades y problemas de investigación, en el presente instrumento se recurrió para su diseño tanto a preguntas abiertas como a cerradas. Se diseñaron diferentes tipos de preguntas atendiendo cada uno de los elementos constitutivos de las representaciones sociales. De tal manera que para el campo de la información, donde sobresale el hecho de lo que saben sobre el tema, se utilizaron preguntas cerradas con las respuestas previstas de acuerdo a la investigación; en lo que se refiere al campo representacional donde el interés reside en la significación que se le da al concepto investigado se utilizaron preguntas abiertas y finalmente para el campo de la actitud se recurrió nuevamente a las preguntas cerradas aunque no en la misma presentación debido a que se diseñó a partir de una escala de Likert cuya medida y construcción se centran

en todo momento en los sujetos quienes expresan su actitud concreta teniendo una escala para graduar su respuesta que va desde muy de acuerdo a muy en desacuerdo.

La aplicación del cuestionario se realizó en los lugares de trabajo de la muestra en el momento que se consideró prudente para no interferir en las actividades que se realizan. El *anexo 1* muestra el instrumento utilizado.

Entrevista

La entrevista es flexible y abierta, lo que permite obtener una perspectiva más enriquecedora de la investigación, es un método propiamente cualitativo, es en términos generales una conversación que se caracteriza por tener una estructura y un propósito. El objetivo de la entrevista en la investigación cualitativa *"es obtener descripciones de mundo de vida del entrevistado respecto a la interpretación de los significados de los fenómenos descritos"* (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003)

En este proyecto se recurre a la entrevista con el objetivo de ampliar la información obtenida del cuestionario a través de preguntas abiertas que generan la expresión del entrevistado quien brindará datos valiosos principalmente sobre el campo representacional y de actitud.

Frederick Nils y Bernard Rimé consideran diferentes técnicas de entrevista. La entrevista estructurada o dirigida en la cual el margen de maniobra permitida a los entrevistadores es escasa o incluso nula. Se dispone de una lista de preguntas precisas, por tanto la formulación y el orden están preestablecidos. La entrevista semi-estructurada o semi-dirigida que es la más utilizada dentro de la investigación de las ciencias humanas. En este caso el entrevistador dispone de una serie de preguntas que sirve de guía. Y por último la entrevista libre o no dirigida en la cual se apela al flujo conversacional para orientar las preguntas. (Nils & Rimé , 2003)

Para el caso actual de investigación se recurre a la entrevista semi-estructurada por todos los alcances que tiene al otorgar un papel activo e importante al entrevistado quien tuvo la oportunidad de expresarse y sobre todo de poder aportar información valiosa sobre el significado o lo que entiende por los conceptos de éxito sus símbolos y el bienestar subjetivo.

La aplicación de la misma se realizó en un total de 30 sujetos, 10 por cada grupo. Se realizó de acuerdo a citas que no interfirieron con el desarrollo de las actividades del entrevistado. Las preguntas fueron obtenidas de los datos generados por el cuestionario previamente aplicado, después se realizó una primera entrevista a dos sujetos para verificar que las preguntas del primer borrador fueran entendibles, para finalmente hacer un total de 13 preguntas al entrevistado, como se puede ver en el *anexo 2*.

Técnicas de procesamiento de la información

Si bien la investigación cualitativa utiliza primordialmente como datos las representaciones y los discursos obtenidos los cuales pueden ser analizados e interpretados a través de diversas técnicas que pueden brindar una mirada diferente sobre los acontecimientos o el fenómeno a investigar, la presente investigación mezcla elementos tanto cualitativos como cuantitativos ya sea en la recolección y/o procesamiento de la información, tal es el caso del uso del cuestionario y entrevista semiestructurada para el primer caso y el SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y la Teoría Fundada para el segundo.

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

A través del programa computacional, "Paquete Estadístico para Ciencias Sociales" SPSS por sus siglas en inglés, se realizó el procesamiento de la información obtenida en el cuestionario. Este software es uno de los programas estadísticos más conocidos que evalúa diversas cuestiones sociales relacionadas principalmente con la investigación, básicamente lo que se realizó con el programa SPSS fue generar, de todos los datos capturados, una distribución de frecuencias mediante la cual se obtuvieron puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías para presentar la información con histogramas y gráficas circulares las cuales han sido agrupadas por los campos que conforman la representación social que son: Información, Representación o Significación y Actitud, las cuales se presentan más adelante. La información obtenida es valiosa debido a que a partir de ella se redactó la entrevista semi-estructurada.

Teoría Fundada o Fundamentada

Posterior a la grabación de las 30 entrevistas y la transcripción de las mismas se realizó el procesamiento de la información obtenida a través de la Teoría Fundada para discriminar las categorías que los sujetos manejan y medir su frecuencia, básicamente el propósito que se persiguió al utilizar dicha teoría fue el de realizar códigos, saturar y comparar los grupos.

*La teoría fundamentada (grounded theory) surge en 1967 propuesta por Bernie Glaser y Anselm Strauss en su libro *The Discovery of Grounded Theory*. El planteamiento básico de esta revolucionaria postura de investigación en las ciencias sociales consiste en que la teoría se elabora y surge de los datos obtenidos en la investigación, y no como tradicionalmente se hacía, en el sentido inverso. (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003, pág. 90)*

Al parecer esta teoría tiene un gran peso dentro de las investigaciones cualitativas al punto en el cual los programas de cómputo se inspiran en esta propuesta, debido a que es un esquema que permite manejar los datos de tal forma que proporcionan varios elementos tanto cuantitativos como cualitativos. Sandoval considera que *la dinámica de trabajo es un tanto jerárquica como recursiva, porque los investigadores han de categorizar sistemáticamente los datos y limitar la teorización hasta que los patrones en los datos emerjan de la operación de categorización*. (Sandoval Casilimas, 2002, pág. 84) Son varios los pasos a seguir y en resumen se puede considerar, en un primer momento posterior a la recolección y transcripción de la información, la categorización, la elaboración de memos que es una premisa de la interpretación de los datos obtenidos y la identificación de una categoría núcleo con periféricas.

El primer reto al procesar la información, después de la transcripción, de las 30 entrevistas realizadas fue el de reducir y separar los discursos expresados por los sujetos, así que de las 28 preguntas originales del cuestionario que fue aplicado y analizado previamente, se redactaron 17 preguntas que se aplicaron a dos sujetos para revisar la pertinencia de las mismas generando una nueva redacción y un total de 13 preguntas que se realizaron en las 30 entrevistas, ahora bien, para el manejo de la información obtenida se redujo en 8 grupos de

respuestas, que de acuerdo a los campos de las Representaciones Sociales; 3 corresponden al de la información, 2 al de la representación y 3 al de actitud, como se muestra en la tabla del *anexo 3*.

Posterior a la organización de la información se realizó la codificación de la misma a través de la lectura repetida de las respuestas dadas por los sujetos para formar categorías que permitieran la reducción de los datos así como la obtención de una posible frecuencia para después valorar las categorías centrales y periféricas. Al mismo tiempo que se obtenían las categorías en una primera codificación, debajo se anotaban algunos “*memos*” para retomar en el análisis de los resultados. Conjuntamente también se realizó un cuadro de significados de acuerdo a lo expresado por los sujetos, que se muestra más adelante. En un segundo nivel o plano de codificación de los datos implicó refinar la codificación e involucrar la interpretación del significado de las categorías obtenidas en el primer nivel, a través de la comparación se generaron semejanzas, diferencias, frecuencias y esquemas para representar la información.

Fases de obtención y tratamiento de información

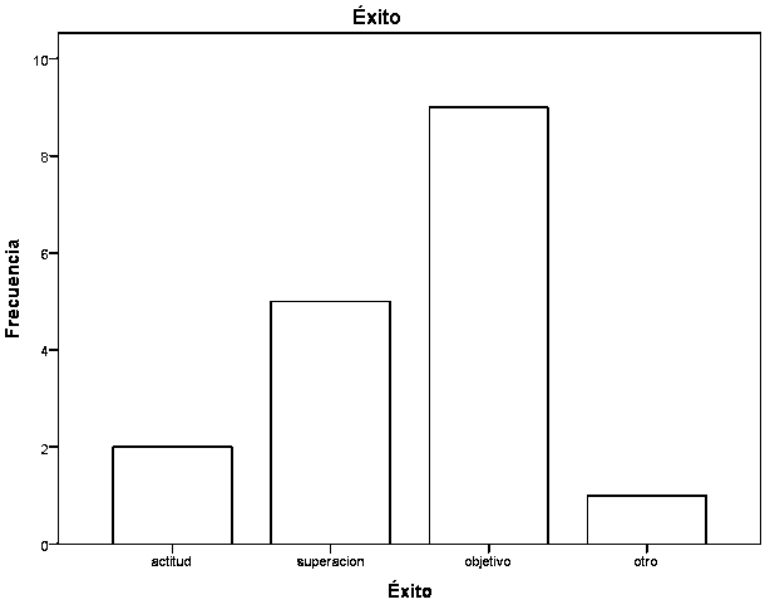
Fase I. Elaboración y aplicación de cuestionario (Fase Piloto)

Enfrentarse a la redacción de preguntas para el diseño del cuestionario resultó ser en este primer momento un acercamiento y exploración al tema “éxito” debido principalmente a la escasa información en investigaciones, estudios o reflexiones sobre el concepto. En total se realizaron 29 preguntas, de las cuales; 9 fueron del tipo cerrado con opción múltiple, para explorar el área de la información que poseen los sujetos sobre el concepto de éxito; 7 del tipo abierto enfocadas en el aspecto de imagen o representación y 13 presentadas en escala de Likert para indagar un poco sobre la actitud que se tiene respecto al tema. Estas 29 preguntas fueron aplicadas a 18 personas para tener una primera impresión del campo a investigar. Posterior a la aplicación se realizó la captura de los datos en la base del SSPS para obtener una distribución de frecuencias, puntuaciones más altas, histogramas y gráficas circulares por cada pregunta realizada. Los histogramas se utilizaron para presentar tanto el *campo de la información* o las 9 preguntas cerradas y la *actitud* o las 13 preguntas presentadas en escala de

Likert. Las gráficas circulares se emplearon para presentar los datos obtenidos de un cuadro de doble entrada en el cual se concentraron las respuestas a las 7 preguntas abiertas del aspecto *representación o imagen*. De acuerdo a su importancia y representatividad a continuación se muestran unos ejemplos para cada uno de los casos mencionados anteriormente sobre el manejo y presentación de cada una de las preguntas del cuestionario, agrupadas por el campo al de pertenencia.

Dimensión información

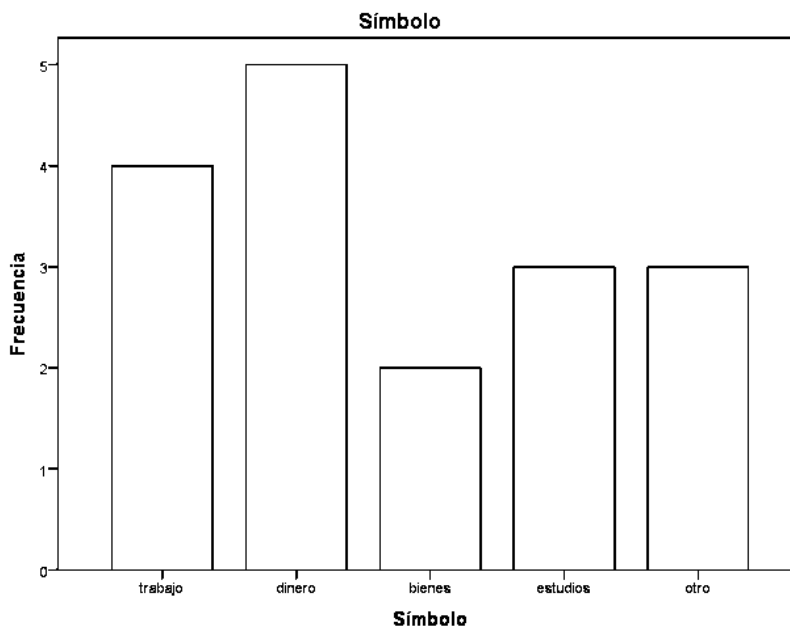
Se puede observar en la gráfica 1 la frecuencia obtenida para la pregunta 1 del cuestionario sobre ¿qué es el éxito? Y en este caso de acuerdo al mayor número de frecuencia, definen al éxito como cumplir un objetivo, reconociendo por otra parte que también es superarse y una actitud. Estas respuestas hacen a un lado el concepto de que el éxito es tener poder público, económico u obtener reconocimiento.



Gráfica 1. Fuente: Elaboración Propia

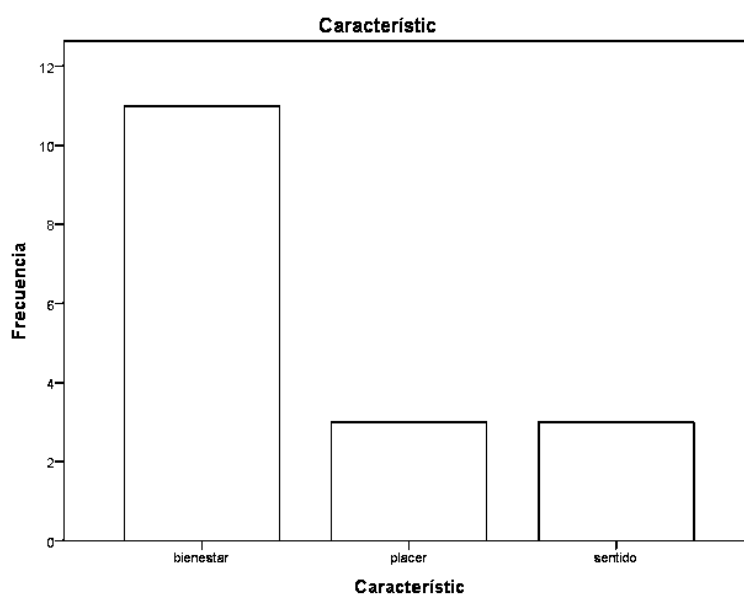
La gráfica 2 contiene las respuestas a la pregunta 2 sobre ¿cuál es el símbolo de éxito de esta época? Pareciera ser que el dinero es el símbolo de éxito actualmente y con un poco menos de frecuencia pero igual de destacado es el de lograr un buen trabajo. Y pareciera ser

que al igual que en la pregunta número 1 quedan excluidos conceptos relacionados con el reconocimiento o tener una familia feliz.



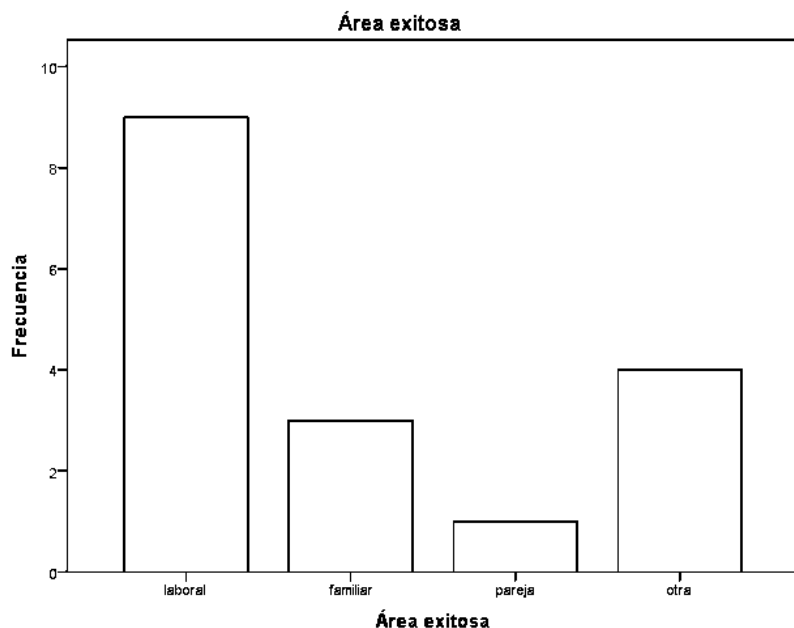
Gráfica 2. Fuente: Elaboración Propia

Por su parte en la gráfica 3 se presentan las frecuencias obtenidas para la pregunta 5 ¿cuál es la característica del éxito? Y pareciera indicar que el *bienestar* es la principal característica del éxito, cumpliendo con el binomio Vida-Éxito planteado por De Govia.



Gráfica 3.
Fuente: Elaboración Propia

La gráfica 4 muestra una alta frecuencia que tiene el *área laboral* como la principal fuente de éxito y que además es a la que se dedica mayor tiempo, toda vez que respondieron a la pregunta 7 ¿en qué área de su vida es exitoso?



Gráfica 4.

Fuente: Elaboración Propia

Dimensión Imagen

Para este aspecto fueron consideradas preguntas abiertas que se codificaron en una tabla de doble entrada, que se muestra a continuación, para poder obtener el resultado de la frecuencia que se muestran en graficas circulares de porcentajes más adelante.

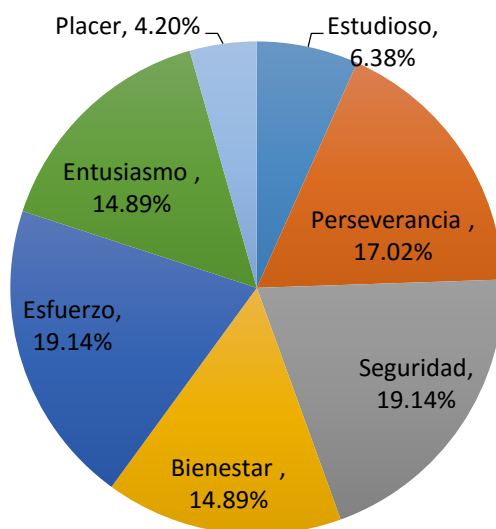
Tabla 2. Concentrado de respuestas P1 a P6

Sujetos	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	Logro	Culminar Trabajar	Culto Estudioso perseverancia	Estudiar Planear Calificar	Objetivo cumplido	Soy feliz
2	Actitud	Cumplir obj	Seguro Feliz	Estudiar Disciplina Trabajo	Objetivo cumplido	Darme seguridad
3	Logro	Cumplir objetivo	Feliz Independiente Estabilidad	Esfuerzo Dedicación Compromiso	(NO) Tengo mucho que aprender	(NO) Percibir la vida

4	Logro	Logro lo propuesto	Esfuerzo Compromiso	Cuestionarse Esfuerzo	(NO) Me faltan cosas de lograr	(NO) Actitud
5	Logro	Cumplir	Decisión Entusiasmo Dedicación	Constante Iniciativa Trabajo equipo	Me exijo	MI forma de ser
6	Logro	Terminar	Persistente Entusiasta Iniciativa	Orden Esfuerzo perseverancia	Logré metas	S/R
7	Superar las metas	Cada día por aprender	Satisfacción	Tener iniciativa para salir adelante	Auto demostración de capacidad	No ser conformista
8	Ser feliz	En este momento	Esfuerzo	Constancia Compartir No perder objetivos	Estoy feliz en todas las áreas	Disciplina
9	Cumplir objetivos	Cumplir en tiempo y forma	Constancia Esfuerzo Determinación	Estudio Puntualidad	Satisfacción	Sentimiento de satisfacción
10	Logro de metas Llegar a la cima del bienestar	Demostrar capacidad	Aptitud Actitud Confianza Seguridad	Esfuerzo Motivación Capacidad	Crecimiento de logros	Forma de ver la vida Esfuerzo Ganas
11	Sentirme bien con lo que hago	Siempre	Ser feliz Tener lo necesario	Apoyar a mis hijas Trabajar Informarme	Me siento completa	Forma de dar Prioridades
12	Sobresalir Proponerse metas Lograr metas	Terminar la licenciatura	Esfuerzo Sacrificio Placer	Proponerme metas Seguir paso a paso Poner en marcha	Satisfacción	Dividir el tiempo
13	Alcanzar la meta	Cumplir objetivos	Cumplir proyectos	Estabilidad Trabajo	Por los logros obtenidos	Logros
14	Culminar satisfactoriamente	Culminar estudios Conseguir trabajo	Esfuerzo Entusiasmo Perseverancia Creatividad	Esfuerzo Entusiasmo	Cumplimiento de objetivos satisfactoriamente	S/R

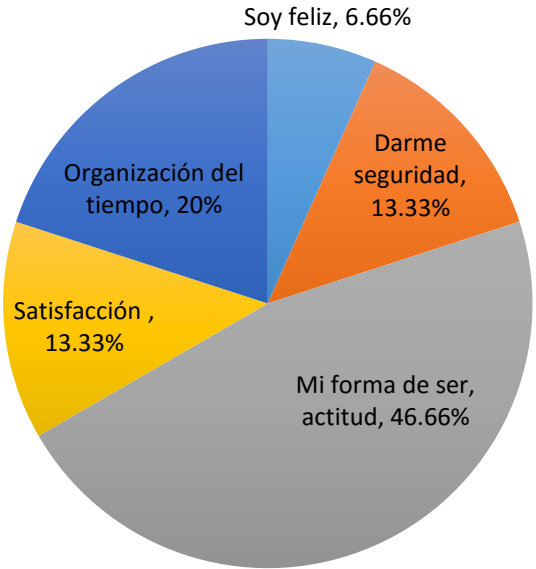
			Iniciativa			
15	Lograr objetivo	Al ser reconocido por lograr objetivo	Seguridad Autoestima Posición económica alta	Orden. Disciplina Estudio. Práctica Constancia	(NO) S/R	S/R
16	Lograr objetivo	S/R	Constancia Iniciativa	Constancia Iniciativa Preparación	(NO) S/R	S/R
17	Lograr la superación	Lograr objetivos	Bienestar Dar sentido a la vida Placer	Cumplir objetivo Esforzarme Ser eficiente	Cumplido mis expectativas	Hacer las cosas con un objetivo

Posterior a la organización de las respuestas obtenidas de las preguntas abiertas en la tabla anterior, se graficaron algunas que muestran una representatividad para el objetivo de la investigación como es el caso de la pregunta 3 ¿cuáles serían las características de ser exitoso? Y como se puede observar en la gráfica 5 hay una igualdad de porcentajes entre el esfuerzo y la seguridad que nos remiten a lo explorado en el aspecto de la información donde se considera necesario para alcanzar el éxito, el esfuerzo y a los valores respecto a la seguridad.



Gráfica 5
Fuente:
Elaboración
Propia

En la pregunta 5.2 ¿qué es lo que ha cambiado en su vida, después de haber logrado el éxito?
Es impresionantemente observar en la gráfica 6 que en un 46% fue su actitud.



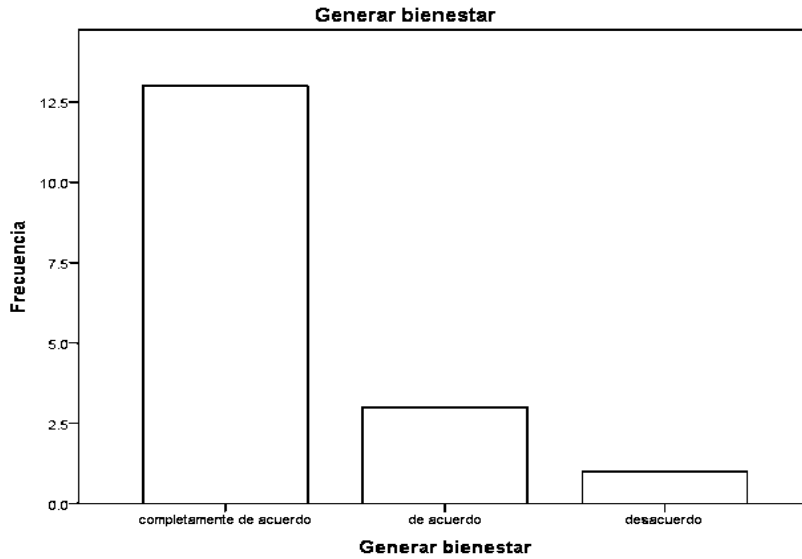
Gráfica 6

Fuente: Elaboración Propia

Dimensión afectiva. Actitud

En esta dimensión se utilizó una escala de Likert a través de la cual se mide la actitud o postura que tiene al respecto de cada planteamiento calificándolo desde totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni acuerdo ni desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. A continuación se muestran algunas de las gráficas de la frecuencia de las respuestas.

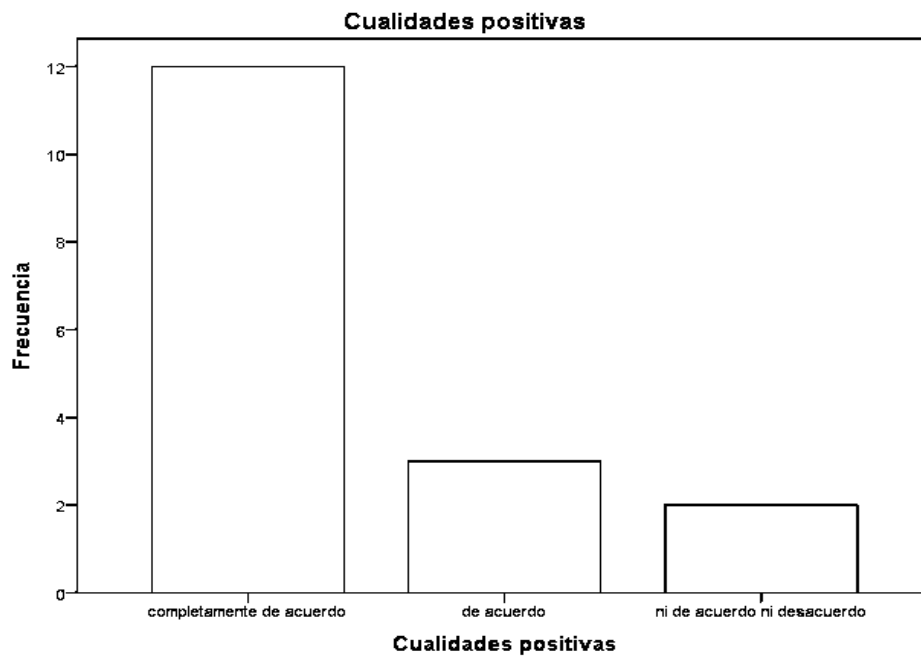
La gráfica 7 muestra que la mayoría, en el planteamiento 1, estuvo completamente de acuerdo en que el éxito debe generar bienestar y con ello esa forma de hacer legítimo el disfrute de ese bienestar como lo mencionaba De Govia.



Gráfica 7

Fuente: Elaboración Propia

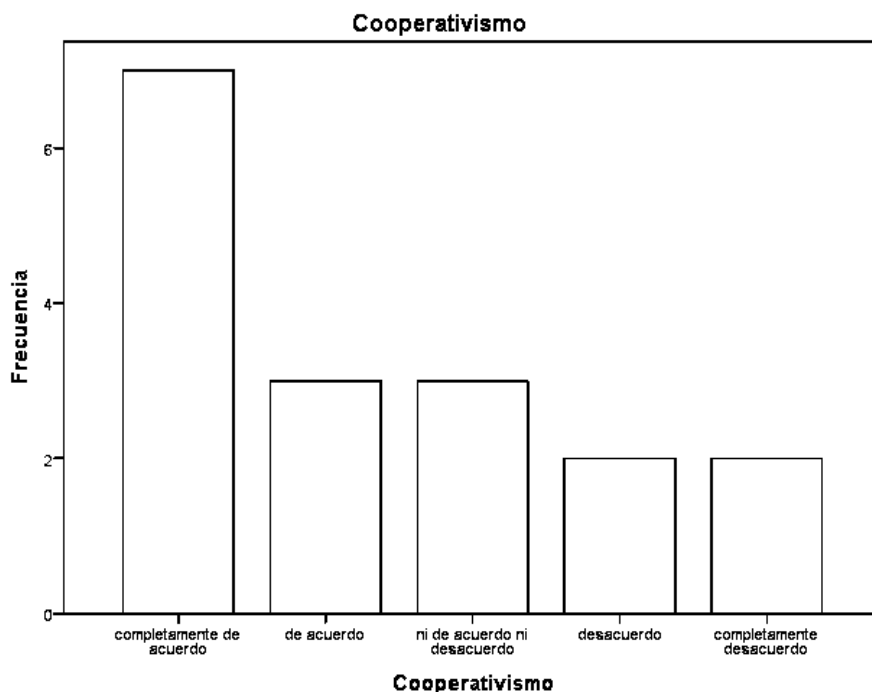
En la gráfica 8 que hace referencia a la frecuencia obtenida en el planteamiento 3 sobre que las personas exitosas son constantes, entusiastas, creativas, pacientes, con iniciativa, leales y cooperativas, pareciera ser que la mayoría está completamente de acuerdo lo que puede remitir a que hay una imagen positiva sobre las características de una persona exitosa.



Gráfica 8

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente en la gráfica 9 se observa que el éxito no sólo genera un compromiso consigo mismo sino también con el otro, de acuerdo al planteamiento 8 sobre que el éxito genera un fuerte compromiso con los demás.



Gráfica 9. Fuente: Elaboración Propia

Análisis de Resultados de la fase Piloto

Hasta el momento pareciera indicar que el concepto de éxito está relacionado con el cumplimiento de objetivos, así como con la superación y una actitud que permita el ganar más dinero y lograr un buen trabajo, para mostrar qué tan exitoso se es. Esto lleva a pensar que la satisfacción, la cual es la principal consecuencia del logro, está en función de la cantidad de dinero y el buen trabajo que pueda proveer el primero.

El concepto de bienestar se presenta como la característica primordial del éxito que como planteaba De Govia el binomio *vida-éxito* surge para legitimar el disfrute del bienestar. Otra característica de este concepto es el valor relacionado con el mismo que es el de seguridad el cual pertenece a la categoría de conservación sugerida por Swartz .

Es sobresaliente que el esfuerzo es necesario para obtener el éxito, sin embargo esta idea puede ser peligrosa porque al mirar solo los aspectos internos y no los externos, como la situación del país, se puede caer en una gran frustración causada por lo que Byung-Chul Han llama la sociedad del cansancio. Así mismo es rescatable que una porción pequeña de la muestra reconoció que la educación ayuda a obtener el éxito, pero no fue considerada como una de las primeras opciones.

En relación con el esfuerzo no sorprende observar que el área considerada como más exitosa sea la laboral, en primer lugar porque en ella se consume la mayor parte del tiempo y en segundo por la tan vendida idea del "sí puedo" que como todo al caer en el extremo se convierte en un gran riesgo y peligro, tal es el caso de Japón cuyos habitantes después de la Guerra se les educó para levantar su país que si bien lo han logrado, también han generado lo que ellos denominan Karoshi que es la muerte provocada por el estrés y el exceso de trabajo que ha cobrado la vida de unas 10,000 personas aproximadamente, el sinónimo de este fenómeno y para el caso preciso de este proyecto es el Bournout. Este sentido de esfuerzo, del sí puedo y el desapego con el otro genera individualismo en una sociedad donde es conveniente para la clase dominante. Sin embargo hay datos esperanzadores como es el hecho de que se tienen ganas de ayudar a los demás cuando se tiene éxito y esto genera una estimulación para reconectarse a otro y generar experiencias de bienestar y felicidad y no sólo ingresos o recursos.

Al realizar la pregunta sobre lo que ha cambiado en su vida después de vivenciar el éxito, mencionan que fue su actitud. Es tan fuerte y poderosa la actitud que se manifieste porque de ella depende el actuar. Se encuentra una diversidad en las actitudes que hacen referencia a la felicidad como una cualidad del éxito muy probablemente por el alto grado de subjetividad que posee el "ser feliz".

El principal riesgo del concepto y extensión del éxito, si no se entiende con conciencia, puede ser la frustración por varias razones: la primera porque sí se considera que es posible el tener éxito en todas las áreas de la vida genera sociedades cansadas y que difícilmente puedan reflexionar que el éxito ha venido a suplantar el concepto de bienestar. La segunda es porque al generar un fuerte compromiso consigo mismo, el éxito trae como consecuencia el vivir en

el individualismo porque de forma no clara se plantea una competitividad donde el mirar al otro no es una opción. La tercera y que además se relaciona con la anterior es el hecho de que no consideran que el establecer buenas relaciones con los demás sea una imagen de éxito lo que nos remite al individualismo, competitividad y desapego del otro para concentrarse únicamente en el objetivo planteado. La cuarta es considerar al éxito como generador de sentido de vida que si bien en este último se plantean objetivos no es la totalidad de la vivencia del mismo porque incluye aspecto que no está al servicio del individuo. Y por último la quinta razón es que el éxito no puede ser alcanzado por cualquiera en el sentido vendido por la publicidad porque los modelos presentados se basan realmente en casos de éxito que incluyen factores contextuales y no sólo personales.

Una vez finalizada la recolección y procesamiento de información a través del cuestionario y el SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), los datos generados permitieron el diseño de la entrevista semi-estructurada.

Fase II Elaboración, aplicación y obtención de la información de la entrevista

Se entrevistaron un total de 30 personas, con un promedio de 27 años de edad, de las cuales 10 son contadores, 10 psicólogos y 10 albañiles. Las entrevistas se realizaron en los tiempos que consideraron sus jefes inmediatos se podía realizar sin obstaculizar su desempeño laboral en el lugar de trabajo. Posterior a la grabación de los 30 audios se realizaron las transcripciones correspondientes como se puede observar en el *anexo 4* donde se muestra el ejemplo de una transcripción de un entrevistado para cada uno de los grupos de investigación. De las 13 respuestas obtenidas, de cada sujeto, se dividieron por correspondencia de preguntas para ser agrupadas en un primer concentrado con un total de 8 conjuntos que son: información éxito, información satisfacción, información bienestar, imagen de éxito, influencia éxito en bienestar, logro de éxito, uso del dinero y lo que se hace para el logro de éxito, que también se pueden observar en el *anexo 5*. Mientras se realizaba la agrupación de las respuestas se escribían al mismo tiempo, diversos memos, que de acuerdo a la técnica de la *Teoría Fundamentada* ayudan a recordar detalles relevantes para su

posterior interpretación. A partir de los 8 conjuntos formados en el primer concentrado se obtuvieron diversas categorías para cada aspecto, quedando de la siguiente manera:

Tabla 3. Conjunto y categorías

Conjunto	Categorías
1. Éxito	Áreas, ícono, medios, función, finalidad.
2. Satisfacción	Estados de ánimo, bienestar, antónimos, percepción, áreas y valor.
3. Bienestar	Actividad, áreas, estados, función, individual/colectivo, opuesto.
4. Imagen de éxito	Ícono, áreas, cualidades, valores, función, antónimo.
5. Influencia del éxito	Estado de ánimo, áreas, individual/colectivo, opuesto
6. AC Sientes	Ícono, estado de ánimo, autoestima, actividad, opuesto
7. Uso dinero	Área a la que se destina, relaciones, cualidad, ícono
8. Logro objetivos	Actividades, actitud, cualidades.

Fuente: Elaboración Propia

Simultáneamente se realizaba un “diccionario de significados” en el cual se hace una breve descripción de lo que consideran los sujetos para cada aspecto relevante que permitió la estructuración de las categorías y posteriormente de las subcategorías como se muestra a continuación.

Tabla 4. Diccionario del primer conjunto

1. Categoría	Significado
Profesional	Trabajo digno, desempeñarse en lo que se estudió, profesionista.
Económica	Material, estabilidad de flujo de dinero
Salud	Estar bien, estar sano
Trabajar	Ejercer en lo que se estudió o se preparó
Estudiar	Aprender, saber mas y aprovecharlo
Felicidad	Sentirse bien, plenitud, estar bien con la familia.

Trascendencia	Dar al otro, dejar huella, servir al prójimo
Títulos	Licenciatura, maestría, titulación, carrera, diplomado, capacitación, ideas, subir de rango o puesto en el oficio.
Autonomía	Ejercer como quiera, sin estrés, hacer mi propio camino
Casa	Bien inmueble, consultorio, lugar para habitar o rentar
Preparación	Ubicar lugares de trabajo, esfuerzo
Ayudar	Ver por el otro, la familia,
Crecimiento	Ser alguien importante
Satisfacción	Realizar sueños

Fuente: Elaboración Propia

Fase III Sistematización de información

Una vez organizados y codificados los textos de las transcripciones de las entrevistas en categorías y subcategorías se agruparon en tablas para obtener frecuencias que permitieran realizar una rápida descripción, es importante aclarar que si bien se fueron formando categorías para los tres grupos entrevistados, en la formación de las subcategorías no siempre existieron coincidencias. A continuación se muestran, en “conjuntos” de respuestas asignadas, las tablas en las que se organizaron las subcategorías así como una breve descripción de las coincidencias y semejanzas entre los grupos.

Conjunto 1

Tabla 5. Agrupación éxito caso contadores

ÉXITO CONTADORES				
Áreas	Ícono	Acción (cómo)	Función (para)	Finalidad (consecuencia)
Profesional 6	Títulos 2	Crédito 1	Tener 4	Crecimiento 3
Económica 4	Casa 1	Preparación 1	Trabajar 3	Estabilidad 2
Salud 4		Oportunidades 1	Estudiar 2	Felicidad 1
Familia 4			Cumplir 2	
Personal 3			Ser 2	
Emocional 1			Plantear 1	
			Ayudar 1	
			Darme a conocer 1	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6. Agrupación éxito caso psicólogos

ÉXITO PSICÓLOGOS				
Áreas	Ícono	Acción (cómo)	Función (para)	Finalidad (consecuencia)
Familia 4	Títulos 13	Trabajando 3	Tener 6	Calidad de vida 3
Trascendencia 3	Casa 1	Preparando 3	Terminar 4	Felicidad 2
Profesional 1		Autonomía 3	Ayudar 2	Satisfacción 1
Económica 1			Trabajar 1	
Placer 1				

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Agrupación éxito caso albañil

ÉXITO OFICIO				
Áreas	Ícono	Acción (cómo)	Función (para)	Finalidad (consecuencia)
Familia 3	Casa 3	Trabajando 3	Siendo 2	Crecimiento 1
Profesional 3	Título 3	Preparando 3	Salir adelante 2	Satisfacción 1
Económica 1	Hijos 1	Pedir ayuda 1		
Salud 1				
Deporte 1				

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar los tres grupos comparten las categorías pero no necesariamente todas las subcategorías, en la categoría *áreas* hay coincidencia en las subcategorías de profesional, económica y familia pero también aparecen subcategorías exclusivas de cada grupo en el caso de los contadores marcan la emocional, los psicólogos el placer y los albañiles la salud y el deporte. Para el caso de la categoría *ícono* la diferencia es marcada por el grupo de albañiles quienes consideran el tener hijos como un símbolo de éxito no así para los otros dos grupos quienes solo visualizan un título o casa como muestra de su logro. En el caso de la categoría "acción", es decir el qué y cómo hacen para conseguir sus objetivos, los tres grupos coinciden que es a través de la preparación, los contadores además consideran el tener un crédito; los psicólogos a través de la autonomía y los albañiles el trabajando y pedir ayuda. En la categoría "función" es decir el para qué lograr el éxito solo hay coincidencia en los grupos de profesionistas sobre el tener, trabajar y terminar o cumplir con lo planeado, sin embargo para el grupo de oficio resalta únicamente el salir adelante. Finalmente en la categoría "finalidad" se vuelve a encontrar diferencias entre los grupos entrevistados teniendo para los contadores al crecimiento, la felicidad y la estabilidad como las consecuencias del éxito; para los psicólogos es la calidad de vida, la felicidad y la

satisfacción; mientras que para los albañiles es el crecimiento y la satisfacción, se observa que este último grupo coincide en la subcategoría crecimiento con los contadores y en la de satisfacción con los psicólogos y entre los grupos de profesionistas en la subcategoría felicidad. Los albañiles no asocian al éxito con la felicidad mientras que los otros grupos sí.

Conjunto 2

Tabla 8. Agrupación satisfacción caso contadores

SATISFACCIONES CONTADORES					
Estados de ánimo	Bienestar	Antónimos	Percepción	Áreas	Valor
Felicidad 5	Conmigo 6	Complicaciones 1	Incremento autoestima 2	Económica 1	Seguridad 1
Tranquilidad 1	Con el otro 1	Sufrir 1	Realización 2	Personal 1	
Ánimo 1			Actitud 1		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. Agrupación satisfacción caso psicólogos

SATISFACCIONES PSICOLOGOS					
Estados de ánimo	Bienestar	Antónimos	Percepción	Áreas	Valor
Tranquilidad 6	Conmigo 2		Reconocimiento 2	Económica 1	Seguridad 3
Equilibrio 2			Autosuficiente 2	Afectiva 1	Hedonismo 2
Felicidad 1					Autodirección 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10. Agrupación satisfacción caso albañiles

SATISFACCIONES OFICIO					
Estados de ánimo	Bienestar	Antónimos	Percepción	Áreas	Valor
Felicidad 1	Conmigo 3	Sufrir 1	Incremento autoestima 3	Familia 5	Benevolencia 4
				Económica 4	Tradición 1
				Trabajo 2	Universalismo 1
				Personal 1	
				Vida 1	

En el caso de las tablas 8, 9 y 10 se observa el conjunto 2 que hace referencia a la definición de satisfacción, formado por las categorías estados de ánimo, bienestar con el otro o individual, antónimo, percepción, áreas y valor. Para la categoría estados de ánimo únicamente en la subcategoría "felicidad" es donde coinciden los tres grupos haciendo referencia a la asociación satisfacción igual a felicidad. En las diferencia se encuentra que los contadores valoran el tener ánimos o ganas de hacer las cosas y para los psicólogos es de importancia encontrar equilibrio en todas sus áreas. Quizá por el ritmo citadino y el ambiente laboral de los profesionistas consideran a la tranquilidad como una subcategoría que resulta de la satisfacción. En el caso de la categoría "bienestar" que se refiere a un estado de goce y estar bien como consecuencia de la satisfacción obtenida por el logro alcanzado se observa únicamente en el grupo de contadores que hay dos estar bien que es consigo mismo y con el otro, no así para los psicólogos y albañiles quienes asocian la satisfacción con ellos mismos. En la categoría "antónimos" el grupo de psicólogos no menciona ninguno, por lo que no hay subcategoría para este caso, sin embargo el grupo de contadores y albañiles consideran como antónimo de la satisfacción al sufrimiento. La categoría "percepción" es lo que los grupos reconocen como los aportes de la satisfacción a sí mismos, en la cual tanto contadores como albañiles consideran el incremento de la autoestima y por su parte los psicólogos al reconocimiento y el ser autosuficientes. En la categoría "áreas" las coincidencias se hacen evidentes en la subcategoría económica, los contadores por su parte incluyen la personal; los psicólogos la afectiva y los albañiles a la familia, el trabajo y la vida, mostrando estos últimos una mayor cantidad de áreas en las que enfocan su satisfacción. Finalmente en la categoría "valor" que es la preconcepción que asignan al sentirse satisfechos no se tiene coincidencia en los tres grupos, sólo en los grupos de profesionistas se ubica el valor de seguridad que de acuerdo al modelo de Schwartz se refiere a una oposición al cambio y al hecho de cuidar y preservar lo que se tiene; los psicólogos consideran además el valor del hedonismo y la autodirección mientras que los albañiles refieren el valor de la benevolencia, la tradición y el universalismo.

Conjunto 3

Tabla 11. Agrupación Bienestar caso contadores

BIENESTAR CONTADORES					
Actividad	Áreas	Estados	Función	Individual / Colectivo	Opuesto
Sentir 6	Económica 3	Equilibrio 3	Satisfacción 1	Individual 4	Carecer 2
Hacer 5	Familiar 3	Felicidad 3	Sentir capaz 1	Colectivo 3	Infeliz 1
Estar 4	Emocional 2	Tranquilidad 2	Ayudar 1		Hacer mal 1
Tener 3	Laboral 2	Comodidad 1			
	Salud 1	Paz 1			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. Agrupación Bienestar caso psicólogos

BIENESTAR PSICÓLOGOS					
Actividad	Áreas	Estados	Función	Individual / Colectivo	Opuesto
Tener 4	Laboral 5	Felicidad 4	Disfrutar 2	Individual 5	Deudas 2
Sentir 2	Emocional 5	Paz 4	Tener tiempo 1	Colectivo 4	Obligarse 2
Hacer 2	Salud 3	Tranquilidad 2	Seguridad 1		
	Económica 1		Confianza 1		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Agrupación Bienestar caso albañiles

BIENESTAR ALBAÑILES					
Actividad	Áreas	Estados	Función	Individual / Colectivo	Opuesto
Estar 5	Económica 3	Equilibrio 3	Cuidarse 2	Colectivo 7	Falta 2
Hacer 1	Familiar 3	Felicidad 3	Satisfacción 1	Individual 4	Lastimar 1
Sentir 2	Emocional 2	Tranquilidad 2			
	Laboral 2	Comodidad 1			
	Salud 1	Paz 1			

Fuente: Elaboración Propia

En este tercer conjunto que refiere el concepto de bienestar, se obtuvieron las categorías: actividad, áreas, estados, función, individual-colectivo y el opuesto. Para la

primera categoría es lo que refieren los entrevistados como su definición de bienestar en lo cual asignan verbos que indican acciones que se ejercen en ellos mismos, coincidiendo en que sentirse bien y hacer bien las cosas son las subcategorías con las que definen este término, los grupos de profesionistas además consideran el *tener* como otro rasgo importante dentro del bienestar. En la categoría "áreas" hay similitud en los tres grupos sobre la subcategoría laboral, económica, salud y emocional como pilares para encontrarse en bienestar, los contadores y albañiles además incluyen el aspecto familiar. En la categoría "estados" que hace referencia a la disposición en la que se encuentran al estar en bienestar se observa que los tres grupos coinciden en la subcategoría felicidad y tranquilidad como esenciales para el bienestar; por su parte los contadores y albañiles además involucran a la comodidad, equilibrio y paz como parte del bienestar. Para la categoría "función" solo hay semejanza entre el grupo de contadores y albañiles quienes destacan a la satisfacción como subcategoría de la función que cumple el bienestar en ellos; en el caso de los contadores además validan el sentirse capaz y ayudar; los albañiles el cuidarse y los psicólogos el disfrutar, tener tiempo para gozar, seguridad y confianza. En la categoría individual-colectivo se hace referencia a la postura que expresaron respecto a la percepción del bienestar en función de sí mismos o del otro, encontrando que los grupos de profesionistas muestran mayor inclinación sobre lo individual mientras que el grupo de oficio sobre lo colectivo, se debe quizá a su mismo desempeño laboral donde en el último grupo es necesario y evidente el trabajo colaborativo. Finalmente en la categoría "opuesto" se observa coincidencia en que la carencia es un opuesto al bienestar, además los contadores consideran el hacer mal y el ser infeliz; los psicólogos el obligarse y los albañiles el lastimar. En este conjunto referente al bienestar se manifiesta mayor coincidencia entre el grupo de contadores y albañiles.

Conjunto 4

Tabla 14. Agrupación Imagen Éxito caso Contadores

IMAGEN ÉXITO CONTADORES					
Ícono	Áreas	Cualidades	Valores	Función	Antónimo
Título 9	Laboral 5	Feliz 7	Hedonismo 6	Satisfacción 2	Egoísmo 1
Posición social 2	Personal 3	Seguro de sí 5	Autodeterminación 3	Logro 1	Cerrarse 1
	Económica 2	Responsable 5		Poder 1	Incumplir 1
		Líder 4			
		Apariencia 4			

Dinero 1	Familiar 2	Expresión 4	Estimulación 2	Saber 1	Racismo 1
Trabajo 1		Salud 2 Experiencia 2 Sencillez 2	Benevolencia (ayudar) 1	Dar 1 Aconsejar 1	Ausencia 1
		Empatía 1 Autoridad 1 Tranquilo 1 Enfocar 1 Paciencia 1 Puntual 1			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Agrupación Imagen Éxito caso Psicólogos

IMAGEN ÉXITO PSICÓLOGOS					
Ícono	Áreas	Cualidades	Valores	Función	Antónimo
Título 7	Familia 8	Feliz 8 Tranquilo 4	Hedonismo 4	Tener 2	Molestar 2
Trabajo 4	Laboral 7	Admiración 4	Benevolencia (ayudar) 3	Aprender 1	Indisciplina 1
Dinero 2	Económica 4	Apariencia 2 Puntual 2	Autodeterminación 2	Sentido de vida 1	Envidiar 1
	Personal 4	Inteligente 2 Responsable 2			Inconcluso 1
	Social 2	Independiente 2 Orden 1 Exigencia 1 Estabilidad 1 Actitud 1 Visionario 1 Sencillez 1 Salud 1			Ser político 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16. Agrupación Imagen Éxito caso Albañiles

IMAGEN ÉXITO ALBAÑILES					
Ícono	Áreas	Cualidades	Valores	Función	Antónimo
Trabajar (negocio) 8	Laboral 8	Buena onda 8	Benevolencia (ayudar) 4	Tener 4	Prepotente 1
Título 3	Familia 2	Humildad 1		Salir adelante 3	Tacaño 1
Saludo 3	Personal 2	Estable 1	Hedonismo 2		
Casa 2		Respeto 1		Cumplir 1	Apretado 1
Automóvil 2					
Viajes 1					

En el conjunto 4 mostrado anteriormente con las tablas 14, 15 y 16 se observan 6 categorías que son: ícono, áreas, cualidades, valores, función y antónimo para recrear la imagen que tienen los entrevistados sobre el éxito. En la primera categoría “ícono” las subcategorías de coincidencia son la de título y trabajo, los contadores además incluyen la posición social y el dinero; mientras que los albañiles el saludo, casa, automóvil y viajes, relacionado a sus aspiraciones. En la categoría áreas, las semejanzas encontradas se ubican en las subcategorías laboral, familiar y personal, los grupos de profesionistas además involucran el área personal, hablándonos de un aspecto individualista. En lo que se refieren a la categoría “cualidades”, son numerosas las subcategorías tanto como el número de entrevistados, debido a que en sus respuestas nombraban más de una cualidad o característica al momento de describir a una persona exitosa, sin embargo resalta la coincidencia y alta frecuencia de la subcategoría *feliz*, en el grupo de contadores además sobresale la seguridad en sí mismo, la salud y la empatía; en los psicólogos la tranquilidad, la apariencia y el orden; mientras que los albañiles tienen una mayor asociación a rasgos como la humildad, el respeto y la estabilidad. En el caso de la categoría “valores” se encuentra coincidencia en la subcategoría hedonismo y benevolencia, sin embargo esta última no es de las más altas, dejando el primer lugar a hedonismo como el valor que se vive en el éxito. Finalmente en la categoría “antónimo” no se encontró coincidencia en los tres grupos, así que se tiene principalmente para los contadores al egoísmo como antónimo al éxito; los psicólogos el molestar y los albañiles el ser prepotente.

Conjunto 5

Tabla 17. Agrupación Influencia éxito caso contadores

INFLUENCIA DEL ÉXITO CONTADORES			
Estado de ánimo	Áreas	Individual / Colectivo	Opuesto
Sentirse bien 7	Autoestima 4	Individual 6	Equivocarse 1
Tranquilidad 3	Física 1	Colectivo 3	Miedo 1
Felicidad 2	Económica 1		Deudas 1
Satisfacción 1			
Placer 1			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18. Agrupación Influencia éxito caso psicólogos

INFLUENCIA DEL ÉXITO PSICOLOGOS			
Estado de ánimo	Áreas	Individual / Colectivo	Opuesto
Tranquilidad 5	Económica 8	Individual 5	Deudas 5
Sentirse bien 2	Física 2	Colectivo 2	
Felicidad 2	Autoestima 1		
Equilibrio 1			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19. Agrupación Influencia éxito caso albañiles

INFLUENCIA DEL ÉXITO ALBAÑILES			
Estado de ánimo	Áreas	Individual / Colectivo	Opuesto
Sentirse bien 6	Autoestima 5	Colectivo 6	Tristeza 1
Felicidad 3	Económica 3	Individual 2	
Satisfacción 1	Física 1		

Fuente: Elaboración Propia

En el conjunto 5 se muestra la relación entre el éxito y el bienestar, tratando de evidenciar cómo el éxito influye en el bienestar subjetivo, para tal caso se ubicaron 4 categorías que son: estados de ánimo, áreas, individual-colectivo y opuesto, como se puede observar en las tablas 17, 18 y 19. En el caso de la categoría “estados de ánimo” la subcategoría sentirse bien y felicidad son las que coinciden en los tres grupos de entrevistados, los grupos de profesionistas además incluyen la tranquilidad como un deseo o aspiración de encontrar en su tipo de ritmo laboral. La categoría “áreas” muestra nuevamente como en conjuntos anteriores la coincidencia primordial en la subcategoría *económica* como punto de encuentro de los tres grupos, en este conjunto específicamente también es considerado el aspecto de *autoestima* y *físico* como elementos que definen la influencia del éxito en el bienestar, en lo que respecta al primer aspecto refieren que al lograr sus objetivos se sienten con mayor valor en ellos mismos y en el caso del segundo aspecto reportan tener una sensación grata en el cuerpo y el deseo de cuidarlo. En la categoría “individual-colectivo” a pesar de observarse que los tres grupos coinciden en el apoyo al aspecto individual, resulta haber diferencia en frecuencia respecto a ello debido a que los grupos de profesionistas son quienes más apoyan esta idea y el grupo de oficio no, por el contrario declaran la colectividad

como elemento de muestra del éxito en el bienestar. Finalmente en la categoría “opuesto” se encuentra coincidencia únicamente en el grupo de contadores y psicólogos quienes consideran a las deudas como parte de esta influencia; por su parte los albañiles lo asocian con la tristeza.

Conjunto 6

Tabla 20. Agrupación AC Sientes caso Contadores

AC SIENTES CONTADORES				
Ícono	Estado de ánimo	Autoestima	Actividad	Opuesto
Dinero 1	Felicidad 6	Autoestima 3	Lograr 2	Mediocridad 1
	Satisfacción 4		Gen. Objetivos 2	Estancamiento 1
	Tranquilidad 2		Esfuerzo 1	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Agrupación AC Sientes caso Psicólogos

AC SIENTES PSICOLOGOS				
Ícono	Estado de ánimo	Autoestima	Actividad	Opuesto
Dinero 3	Felicidad 4	Autoestima 1	Lograr 2	Inestabilidad 1
Compartir 1	Plenitud 3		Gen. Objetivos 2	Falta 1
	Sentirse bien 2		Cumplir 1	
	Satisfacción 2			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Agrupación AC Sientes caso Albañiles

AC SIENTES ALBAÑILES				
Ícono	Estado de ánimo	Autoestima	Generación objetivos	Opuesto
Dinero 8	Felicidad 8	Autoestima 6	Superar 2	-----
*Compartir 8	Sentirse bien 3		Lograr 2	
*Familia 8	Satisfacción 2		Cumplir 1	
	Agradecimiento 1		Gen. Objetivos 0	

Fuente: Elaboración Propia

En el conjunto 6 formado por la tabla 20, 21 y 22 se muestran algunos aspectos de la actitud referentes a lo que sienten los entrevistados al lograr el éxito y de acuerdo a sus respuestas se logran distinguir 5 categorías que son: ícono, estado de ánimo, incremento en su autoestima, la actividad a la que se sienten motivados a seguir haciendo y el opuesto. En la categoría "ícono" se encuentra como punto de coincidencia en los tres grupos, al dinero principalmente considerado por los contadores; los psicólogos y albañiles también apoyan la idea de compartir como símbolo de éxito, sin embargo para los albañiles el compartir es con la familia. En la categoría "estado de ánimo" se observa semejanza en las subcategorías felicidad y satisfacción, no sólo como punto de encuentro sino también con altas puntuaciones, los contadores agregan la subcategoría tranquilidad; los psicólogos la plenitud y los albañiles el agradecimiento. Para la categoría "actividad" se tiene que los tres grupos coinciden en que después de experimentar el éxito les genera el deseo de lograr nuevos objetivos por lo que se plantean otros, los contadores involucran también el esfuerzo y los albañiles por su parte la superación. Finalmente en la categoría "opuesto" se observa que el grupo de oficio no mencionó ninguno en sus respuestas; los contadores refieren la mediocridad y el estancamiento, mientras que los psicólogos la inestabilidad y falta.

Conjunto 7

Tabla 23. Agrupación Uso de Dinero caso Contadores

USO DINERO CONTADORES			
Área a la que se destina	Relaciones	Cualidad	Ícono
Apariencia 4 Transporte 4 Familia 3 Personal 2 Recreación 2 Ayudar 2 Invertir 2 Capacitación 1 Ahorro 1	Éxito – dinero 8 Esfuerzo – dinero 3 En contra de éxito – dinero 2	Insuficiente 6 Justo 6 Suficiente 5 Satisfacción 4 Necesario 3 Independencia 2	Automóvil 3 Accesorios 2 Casa 1 Tarjeta 1 Viajes 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. Agrupación Uso de Dinero caso Psicólogos

USO DINERO PSICÓLOGOS			
Área a la que se destina	Relaciones	Cualidad	Ícono
Inversión 4 Familia 3 Recreación 3 Transporte 3 Salud 2 Apariencia 2 Capacitación 2 Ahorro 1	Éxito – dinero 8 Placer – dinero 4 Esfuerzo – dinero 1 En contra de éxito – dinero 1	Insuficiente 7 Suficiente 3 Necesario 3 Satisfacción 2 Independencia 2 Justo 1	Casa 5 Patrimonio 3 Accesorios 3 Viajar 2 Automóvil 2 Negocio 2 Arte 1 Restaurantes 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Agrupación Uso de Dinero caso Albañiles

USO DINERO ALBAÑILES			
Área a la que se destina	Relaciones	Cualidad	Ícono
Familia 5 Ayudar 3 Recreación 2 Casa 1 Capacitación 1 Inversión 1	Esfuerzo – dinero 8 En contra de éxito – dinero 6 Éxito – dinero 4	Suficiente 7 Justo 4 Esfuerzo 4 Satisfacción 3 Insuficiente 3 Necesario 2	Casa 2 Automóvil 1 Lujos 1 Patrimonio 1

Fuente: Elaboración Propia

El conjunto 7 presentado a través de las tablas 23, 24 y 25 refiere el uso del dinero que logran con el éxito, diferenciando 4 categorías que son: área a la que se destina el dinero, las relaciones o asociaciones que realizan entre la obtención del dinero a través del éxito y el esfuerzo, la cualidad o característica que atribuyen a la percepción del dinero y por último el ícono o en lo que gastan el dinero obtenido por sus logros. En la categoría “área a la que se destina” se observa coincidencia de los tres grupos en familia, capacitación y recreación, para el grupo de contadores y psicólogos agregan la apariencia, ahorrar y el transporte como áreas a las que destinan el dinero. En la categoría “relaciones” se consideran asociaciones tales como la relación éxito-dinero en la cual coinciden los tres grupos; esfuerzo-dinero donde los albañiles son quienes otorgan mayor puntuación a esta subcategoría; placer-dinero la cual solo es considerada por el grupo de psicólogos. La categoría “cualidad” presenta similitud en los tres grupos cuando se hace referencia a todas las subcategorías que la componen las cuales son: justo, suficiente, satisfecho, necesario e insuficiente, sin embargo es para los

contadores principalmente insuficiente pero al mismo tiempo justo porque está de acuerdo a la responsabilidad que tienen; para los psicólogos también es insuficiente pero lo toleran a cambio de sentirse independientes y para los albañiles a pesar de ser menor el ingreso lo perciben como suficiente y justo en relación al esfuerzo que realizan. Finalmente en la categoría "ícono" hay una amplia diversidad, sin embargo es principalmente en la subcategoría casa y automóvil donde los tres grupos coinciden, los contadores además agregan tarjetas de crédito y viajes, los psicólogos ir a comer a restaurantes y el arte mientras que los albañiles refieren lujos.

Conjunto 8

Tabla 26. Agrupación Logro objetivos caso contadores

LOGRO OBJETIVOS CONTADORES		
Actividades	Actitud	Cualidades
Planear 5 Capacitación 4 Pensar en ello 4 Pedir ayuda 3 Identificar necesidades 2 Trabajar 2 Cambiar 1 Estudiar 1	Disposición 2 Esfuerzo 2 Consciente 1 Persistencia 1 Esperar oportunidad 1	Responsabilidad 3 Puntual 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. Agrupación Logro objetivos caso psicólogos

LOGRO OBJETIVOS PSICÓLOGOS		
Actividades	Actitud	Cualidades
Capacitación 6 Trabajar 4 Pensar en ello 3 Planear 3 Buscar ayuda 3 Presionarse 1 Estudiar 1 Hacer oración 1	Disposición 4 Compartir 1 Disciplina 1	Puntualidad 2 Apariencia 2 Responsabilidad 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. Agrupación Logro objetivos caso Albañiles

LOGRO OBJETIVOS ALBAÑILES		
Actividades	Actitud	Cualidades
Trabajar 8 Planear 1 Pensar en ello 1 Capacitación 1	Esfuerzo 6 Disposición 3 Ánimo 2 Constancia 2	Puntualidad 3 Buena persona 1

Fuente: Elaboración Propia

En el conjunto 8 presentado con las tablas 26, 27 y 28 se muestra lo que los entrevistados realizan para alcanzar sus objetivos, se tienen 3 categorías que son: actividades, actitud y cualidad. En la primera que es "actividades" los tres grupos de entrevistados coinciden en que el trabajar, planear, pensar en ello y capacitarse es lo necesario hacer para alcanzar el éxito, los contadores además refieren el identificar necesidades y los psicólogos hacer oración así como presionarse. En la siguiente categoría "actitud" los tres grupos de entrevistados valoran la *disposición* como un aspecto necesario para el logro del éxito; los contadores añaden el esfuerzo, la persistencia y el reconocer oportunidades; los psicólogos la disciplina y los albañiles el buen ánimo. Finalmente en la categoría "cualidades" se observa coincidencia en la subcategoría puntualidad en los tres grupos, sin embargo hay una mayor frecuencia en el grupo de albañiles en lo que respecta a este aspecto, otra cualidad que señala este grupo como parte del logro de objetivos es el ser buena persona fundada la idea en que sí haces el bien te irá bien; en el grupo de contadores se observan la responsabilidad como aspecto necesario para el logro de objetivos mientras que para los psicólogos incluyen la apariencia.

Debido a estas diferencias y para poder manejar la información de las frecuencias por categoría y subcategoría se recurrió a dos procedimientos, el primero sintetizar a través de la sumatoria de las frecuencias por subcategoría y segundo la obtención de una media por categoría, de tal forma que ésta permitiera la visualización de las subcategorías más destacadas y representativas. A continuación se muestran las tablas de síntesis y obtención de la media para los 8 conjuntos descritos anteriormente.

Tabla 29. Síntesis y media conjunto 1

1. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. ÉXITO					
Áreas	Ícono	Acción	Función	Finalidad	
Familia 11	Títulos 18	Trabajando 6	Tener 10	Crecimiento 4	
Profesional 10	Casa 5	Preparando 5	Cumplir 6	Calidad de v 3	
Económica 6	Hijos 1	Autonomía 3	(terminar)	Felicidad 3	
Salud 5		Pedir ayuda 1	Trabajar 4	Estabilidad 2	
Trascender 3		Oportunidades 1	Ser 4	Satisfacción 2	
Personal 3		Crédito 1	Ayudar 3		
Emocional 1			Estudiar 2		
Placer 1			Salir adelante 2		
Deporte 1			Plantear 1		
			Darse a conocer 1		
41/9 = 4.5	24/2 = 12	17/6 = 4.6	33/9 = 3.6	14/5 = 2.8	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30. Síntesis y media conjunto 2

2. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. SATISFACCIONES					
Estados de ánimo	Bienestar	Antónimos	Percepción	Áreas	Valor
Felicidad 7	Conmigo 11	Sufrir 2	Incremento autoestima 5	Económica 6	Seguridad 4
Tranquilidad 7	Con el otro 1	Complicaciones 1	Realización 2	Familia 5	Benevolencia 4
Equilibrio 2			Reconocimiento 2	Personal 2	Hedonismo 2
Ánimo 1			Autosuficiente 2	Trabajo 2	Autodirección 1
			Actitud 1	Afectiva 1	Tradición 1
				Vida 1	Universalismo 1
17/4 = 4.2	12/2 = 6	3/2 = 1.5	12/5 = 2.4	17/6 = 2.8	13/6 = 2.1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31. Síntesis y media conjunto 3

3. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. BIENESTAR					
Actividad	Áreas	Estados	Función	Individual / Colectivo	Opuesto
Sentir 10	Laboral 9	Felicidad 10	Satisfacción 2	Colectivo 14	Carecer 6
Estar 9	Emocional 9	Tranquilidad 6	Disfrutar 2		Individual 13
Hacer 8	Económica 7	Paz 6	Cuidarse 2		
Tener 7	Familiar 6	Paz 6	Sentirse capaz 1		Infeliz 1
	Salud 5	Equilibrio 6	Ayudar 1		
		Comodidad 2	Tener tiempo 1		
			Seguridad 1		
			Confianza 1		
34/4 = 8.5	36/5 = 7.2	30/5 = 6	11/8 = 1.3	27/2 = 13.5	11/4 = 2.7

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32. Síntesis y media conjunto 4

4. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. IMAGEN ÉXITO					
Ícono	Áreas	Cualidades	Valores	Función	Antónimo
Título 19	Laboral 20	Feliz 15	Hedonismo 12	Tener 6	Egoísmo 3
Trabajo 13	Familiar 12	Buena onda 8	Benevolencia 8	Salir adelante 3	Aislamiento 2
Dinero 3	Personal 9	Responsable 7	Autodeterminación 5	Satisfacción 2	Indisciplina 2
Saludo 3	Económica 6	Apariencia 6	Estimulación 2	Saber 2	Molestar 2
Posición social 2	Social 2	Seguro 5		Logro 1	Racismo 1
Casa 2		Tranquilo 5		Poder 1	Ausencia 1
Automóvil 2		Líder 4		Dar 1	Inconcluso 1
Viajes 1		Expresión 4		Aconsejar 1	Político 1
		Sencillez 4		Sentido de vida 1	Prepotente 1
		Admiración 4		Cumplir 1	
		Salud 3			
		Puntual 3			
		Experiencia 2			
		Inteligente 2			
		Independiente 2			
		Estable 2			
		Empatía 1			
		Autoridad 1			
		Enfocar 1			
		Paciente 1			
		Orden 1			
		Exigencia 1			
		Actitud 1			
		Visión 1			
		Respeto 1			
45/8 = 5.6	49/5 = 9.8	85/25 = 3.4	27/4 = 6.7	19/10 = 1.9	14/9 = 1.5

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33. Síntesis y media conjunto 5

5. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. INFLUENCIA DEL ÉXITO			
Estado de ánimo	Áreas	Individual / Colectivo	Opuesto
Sentirse bien 15	Económica 12	Individual 13	Deudas 6
Tranquilidad 8	Autoestima 10	Colectivo 11	Equivocarse 1
Felicidad 7	Física 4		Miedo 1
Satisfacción 2			Tristeza 1
Placer 1			
Equilibrio 1			
34/6 = 5.6	26/3 = 8.6	24/2 = 12	9/4 = 2.2

Tabla 34. Síntesis y media conjunto 6

6. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. AC SIENTES				
Ícono	Estado de ánimo	Autoestima	Actividad	Opuesto
Dinero 12	Felicidad 18	Autoestima 10	Lograr 6	Mediocridad 1
*Compartir 9	Satisfacción 8		Gen. Objetivos 4	Estancamiento 1
*Familia 8	Sentirse bien 5		Cumplir 2	Inestabilidad 1
	Plenitud 3		Superar 2	Falta 1
	Tranquilidad 2		Esfuerzo 1	
	Agradecimiento 1			
29/3 = 9.6	37/6 = 6.1	10/10 = 10	15/5 = 3	4/4 = 1

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 35. Síntesis y media conjunto 7

7. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. USO DINERO			
Área a la que se destina	Relaciones	Cualidad	Ícono
Familia 11	Éxito – dinero 20	Insuficiente 16	Casa 8
Transporte 7			Automóvil 6
Recreación 7	Esfuerzo – dinero 12	Suficiente 15	Accesorios 5
Invertir 7			Patrimonio 4
Apariencia 6	En contra de éxito – dinero 9	Justo 11	Viajes 3
		Satisfacción 9	Negocio 2
Ayudar 5	Placer – dinero 4	Necesario 8	Tarjeta 1
Capacitación 4			Arte 1
Personal 2			Restaurante 1
Ahorro 2			Lujos 1
Salud 2		Independencia 4	
Casa 1		Esfuerzo 4	
54/11 = 4.9	45/4 = 11.2	67/7 = 9.5	32/10 = 3.2

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36. Síntesis y media conjunto 8

8. TABLA SÍNTESIS Y MEDIA. LOGRO OBJETIVOS		
Actividades	Actitud	Cualidades
Trabajar 14	Disposición 9	Puntual 6
Capacitarse 11	Esfuerzo 8	
Planear 9	Constancia 2	Responsabilidad 4
Pensar en ello 8	Ánimo 2	
Pedir ayuda 6	Consciente 1	Apariencia 2
Identificar necesidades 2	Persistencia 1	
Estudiar 2	Esperar oportunidad 1	Buena persona 1
Hacer oración 1	Compartir 1	
Cambiar hábitos 1	Disciplina 1	
Presionarse 1		
55/10 = 5.5	26/9 = 2.8	13/4 = 3.2

Una vez obtenida la media se eligieron todas las subcategorías que estuvieran por arriba de ésta por ser reconocidas como constantes y representativas. A continuación se presentan las tablas comparativas entre los tres grupos con las subcategorías elegidas de acuerdo a la superioridad en frecuencia. Algunas subcategorías marcadas con asterisco (*) indican que a pesar de no cumplir con la frecuencia de acuerdo a la media se consideraron por la implicación que tiene para el grupo entrevistado.

Tabla 37. Comparativa C1

1. TABLA COMPARATIVA CONCEPTO ÉXITO					
Categorías	Subcategorías	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Áreas	Familia	4	4	3	11
	Profesional	6	1	3	10
	Económica	4	1	1	6
	Salud	4	0	1	5
Ícono ***	Títulos	2	13	3	18
	Casa	1	1	3	5
Acción	Trabajando	0	3	3	6
	Preparando	1	3	1	5
Función	Tener	4	6	0	10
	Cumplir	2	4	0	6
	Trabajar	3	1	0	4
	Ser	2	0	2	4
Finalidad	Crecimiento	3	0	1	4
	Calidad de vida	0	3	0	3
	Felicidad	1	2	0	3

*** Se considera la subcategoría casa a pesar de no cumplir con la media por el hecho de ser ejemplo en los tres grupos

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 37 se observa el cómo para cada categoría se redujeron las subcategorías involucradas resultando para la categoría "áreas" el contenido de las subcategorías familia, profesional, económica y salud, debido a que superan la media requerida. En la categoría "ícono" se destaca únicamente la subcategoría títulos que se encuentra muy por arriba de la media, sin embargo la subcategoría casa es considerada también por el hecho de presentar moda y ser reconocida también por los tres grupos de entrevistados. En la categoría "acción" se proponen la subcategoría trabajando y preparando. En la categoría "función" se consideraron la subcategoría crecimiento, calidad de vida y felicidad. En esta tabla se puede apreciar como la más alta subcategoría se encuentra en la categoría "ícono" con títulos, indicando una elevada frecuencia y coincidencia entre los grupos.

Tabla 38. Comparativa C2

2. TABLA COMPARATIVA CONCEPTO SATISFACCIÓN					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañil	Total
Estado de ánimo	Felicidad	5	1	1	7
	Tranquilidad	1	6	0	7
Bienestar	Conmigo	6	2	3	11
Antónimo	Sufrir	1	0	1	2
Percepción	Incremento	2	0	3	5
	Autoestima				
	Realización	2	0	0	2
	Reconocimiento	0	2	0	2
	Autosuficiente	0	2	0	2
Áreas	Económica	1	1	4	6
	Familia	0	0	5	5
Valor	Seguridad	1	3	0	4
	Benevolencia	0	0	4	4
	Hedonismo	0	2	0	2

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 38 indica las subcategorías que estuvieron por arriba de la media por cada categoría resultando para “estado de ánimo” la subcategoría felicidad y tranquilidad. En la categoría “bienestar” se hace referencia a lo interno o personal al referir únicamente el estar bien se logra solo consigo mismo. Para la categoría “antónimo” se observa la subcategoría sufrir como la mas destacada. En la categoría “percepción” se aprecian las subcategorías incremento de autoestima, realización, reconocimiento y autosuficiente. En la categoría área se ubica a la subcategoría económica y familia por arriba de la media. Finalmente en la categoría “valor” se observa predominio de las subcategorías seguridad, benevolencia y hedonismo sobre autodirección, tradición y universalismo. La subcategoría que mayor frecuencia posee es la de bienestar con uno mismo haciendo notar que es un significado o traducción que los entrevistados hacen sobre el sentirse satisfechos.

Tabla 39. Comparativa C3

3. TABLA COMPARATIVA CONCEPTO BIENESTAR					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Actividad	Sentir	6	2	2	10
	Estar	4	0	5	9
Áreas	Laboral	2	5	2	9
	Emocional	2	5	2	9
	Económica	3	1	3	7
Estados de ánimo	Felicidad	3	4	3	10
	Tranquilidad	2	2	2	6
	Paz	1	4	1	6
	Equilibrio	3	0	3	6
Función	Satisfacción	1	0	1	2

	Disfrutar	0	2	0	2
	Cuidarse	0	0	2	2
	Sentirse capaz	1	0	0	1
	Ayudar	1	0	0	1
	Tener tiempo	0	1	0	1
	Seguridad	0	1	0	1
	Confianza	0	1	0	1
Individual / colectivo ***	Colectivo	3	4	7	14
	Individual	4	5	4	13
Opuesto	Carecer	2	2	2	6

*** Se consideró la subcategoría individual por la representatividad de la misma. **Fuente: Elaboración Propia**

La tabla 39 muestra las comparaciones entre los grupos entrevistados en las subcategorías elegidas por su frecuencia como es el caso para la categoría "actividad" las subcategorías sentir y estar; en la categoría "áreas" las de laboral, emocional y económica; en la de "estados" se encuentran felicidad, tranquilidad y equilibrio; en la categoría función es donde mayor diversidad de subcategorías hay teniendo como resultado a satisfacción, disfrutar, cuidarse, sentirse capaz, ayudar, tener tiempo, seguridad y confianza como las subcategorías que definen el para qué el bienestar; en el caso de la categoría individual-colectivo la superioridad de la media indicaría a la parte colectiva como la subcategoría representativa sin embargo se consideró también la otra subcategoría debido a que el margen de diferencia es a penas de un sujeto y además porque presenta la moda de los entrevistados en contraste con la anterior donde su superioridad es debido a los altos puntajes del grupo de albañiles que asignó a lo colectivo. Finalmente en la categoría "opuesto" se tiene a carecer como subcategoría representativa en contra de lastimar, obligar e infeliz. La subcategoría *colectivo* presenta el mas alto puntaje expresando la idea de que el bienestar además de ser individual es compartido.

Tabla 40. Comparativa C4

4. TABLA COMPARATIVA IMAGEN DE ÉXITO					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Ícono	Título	9	7	3	19
	Trabajo	1	4	8	13
Área	Laboral	5	7	8	20
	Familiar	2	8	2	12
Cualidades	Feliz	7	8	0	15
	Buena onda	0	0	8	9
	Responsable	5	2	0	7
	Apariencia	4	2	0	6

	Seguro	5	0	0	5
	Tranquilo	1	4	0	5
	Líder	4	0	0	4
	Expresión	4	0	0	4
	Sencillez	2	1	1	4
	Admiración	0	4	0	4
Valores	Hedonismo	6	4	2	12
	Benevolencia	1	3	4	8
Función	Tener	0	2	4	6
	Salir adelante	0	0	3	3
	Satisfacción	2	0	0	2
	Saber	1	1	0	2
Antónimo	Egoísmo	1	1	1	3
	Aislamiento	1	0	1	2
	Indisciplina	1	1	0	2
	Molestar	2	0	0	2

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la tabla 40 hay una amplia diversidad entre las imágenes que tienen los sujetos entrevistados sobre la descripción de una persona exitosa, de acuerdo al procedimiento explicado anteriormente las subcategorías más frecuentes para la categoría "ícono" son las de título y trabajo; en la categoría "áreas" se destacan laboral y familiar; en el caso de la categoría "cualidades" se aprecian las de feliz, buena onda, responsable, apariencia, mostrar seguridad, tranquilidad, liderazgo, adecuada expresión, sencillez y ser admirado; en la categoría "valores" se destaca hedonismo y benevolencia sobre autodeterminación y estimulación; por su parte en la categoría función se observan las subcategorías tener, salir adelante, satisfacción y saber; finalmente en la categoría "antónimo" sobresale el egoísmo, aislamiento, indisciplina y molestar. La subcategoría con mayor puntaje es la de título correlacionando con la subcategoría del conjunto 1 que mostraba a ésta como la más representativa, siguiendo en puntuación alta se encuentra la subcategoría feliz como la principal cualidad de una persona exitosa.

Tabla 41. Comparativa C5

5. TABLA COMPARATIVA INFLUENCIA ÉXITO-BS					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Estado de ánimo	Sentirse bien	7	2	6	15
	Tranquilidad	3	5	0	8
	Felicidad	2	2	3	7
Áreas	Económica	1	8	3	12
	Autoestima	4	1	5	10
	Individual	6	5	2	13

Individual y colectivo***	Colectivo	3	2	6	11
Opuesto	Deudas	1	5	0	6

***Se considera por estar presente en los tres grupos aunque no cumpla con la media. **Fuente: Elaboración Propia**

La comparación entre los grupos entrevistados y las principales subcategorías del conjunto 5, se muestran en la tabla 41, en la cual se aprecia que para la categoría "estado de ánimo" las subcategorías más representativas son las de sentirse bien, tranquilidad y felicidad; en la categoría "áreas" están la económica y la autoestima; en la categoría "individual-colectivo" se aprecia el aspecto individual sobre el colectivo y finalmente en la categoría "opuesto" es la subcategoría deudas la que más se destaca. El más alto puntaje se da en la subcategoría sentirse bien indicando la principal influencia que ejerce el éxito en el bienestar que se experimenta principalmente en un nivel individual.

Tabla 42. Comparativa C6

6. TABLA COMPARATIVA AC SIENTE AL LOGRAR EL ÉXITO					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Icono ***	Dinero	1	3	8	12
	Compartir	0	1	8	9
	Familia	0	0	8	8
Estados de ánimo	Felicidad	6	4	8	18
	Satisfacción	4	2	2	8
Autoestima	Autoestima	3	1	6	10
Actividad	Lograr	2	2	2	6
	Gen objetivos	2	2	0	4
Opuesto	Mediocridad	1	0	0	1
	Estancamiento	1	0	0	1
	Inestabilidad	0	1	0	1
	Falta	0	1	0	1

*** Se conservan las subcategorías compartir y familia por ser ejemplo de explicación. **Fuente: Elaboración Propia**

En la tabla 42 se muestran las subcategorías predominantes respecto al conjunto 6 visto anteriormente, para la categoría "ícono" se destaca la subcategoría dinero sin embargo se conserva la de compartir y familia puesto que son signos muy fuertes y representativos en el grupo de oficio; la categoría "estado de ánimo" destaca las subcategorías felicidad y satisfacción como las más representativas; en el caso de la categoría "actividad" se tiene a lograr y generar objetivos como lo que se hace después de conseguir el éxito y finalmente para el caso de la categoría "opuesto" se ubican las subcategorías mediocridad, estancamiento,

inestabilidad y falta. La subcategoría de mayor puntuación es la de felicidad como lo que sienten los entrevistados al experimentar el éxito y con ello el deseo de volver a sentirlo.

Tabla 43. Comparativa C7

7. TABLA COMPARATIVA USO DEL DINERO					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Área a la que se destina	Familia	3	3	5	11
	Transporte	4	3	0	7
	Recreación	2	3	2	7
	Invertir	2	4	1	7
	Apariencia	4	2	0	6
	Ayudar	2	0	3	5
Relaciones que se establecen***	Éxito – dinero	8	8	4	20
	Esfuerzo – dinero	3	1	8	12
	En contra éxito – dinero	2	1	6	9
	Placer - dinero	0	4	0	4
Cualidad	Insuficiente	6	7	3	16
	Suficiente	5	3	7	15
	Justo	6	1	4	11
Ícono	Casa	1	5	2	8
	Automóvil	3	2	1	6
	Accesorios	2	3	0	5
	Patrimonio	0	3	1	4
	Viajes	1	2	0	3

***Se conservan las cuatro subcategorías por ser ejemplo de la categoría

Fuente: Elaboración Propia

En la anterior tabla que corresponde al número 43 se identifica que para la categoría “área a la que se destina el dinero” las subcategorías asignadas por frecuencia son familia, transporte, recreación, invertir, apariencia y ayudar; en el caso de las relaciones que establecen al asociar conceptos como esfuerzo, dinero y placer se conservaron a pesar de no cumplir en su totalidad con la superioridad de la media por ser un referente al objetivo de la investigación; en la categoría cualidad de tienen en contraposición de grupos si es insuficiente o suficiente; finalmente para la categoría “ícono” se aprecian las subcategorías casa, automóvil, accesorios, patrimonio y viajes. En este caso la mayor subcategoría es la relación que hay entre el éxito y el dinero, dando la idea de que a mayor éxito mayor cantidad de dinero

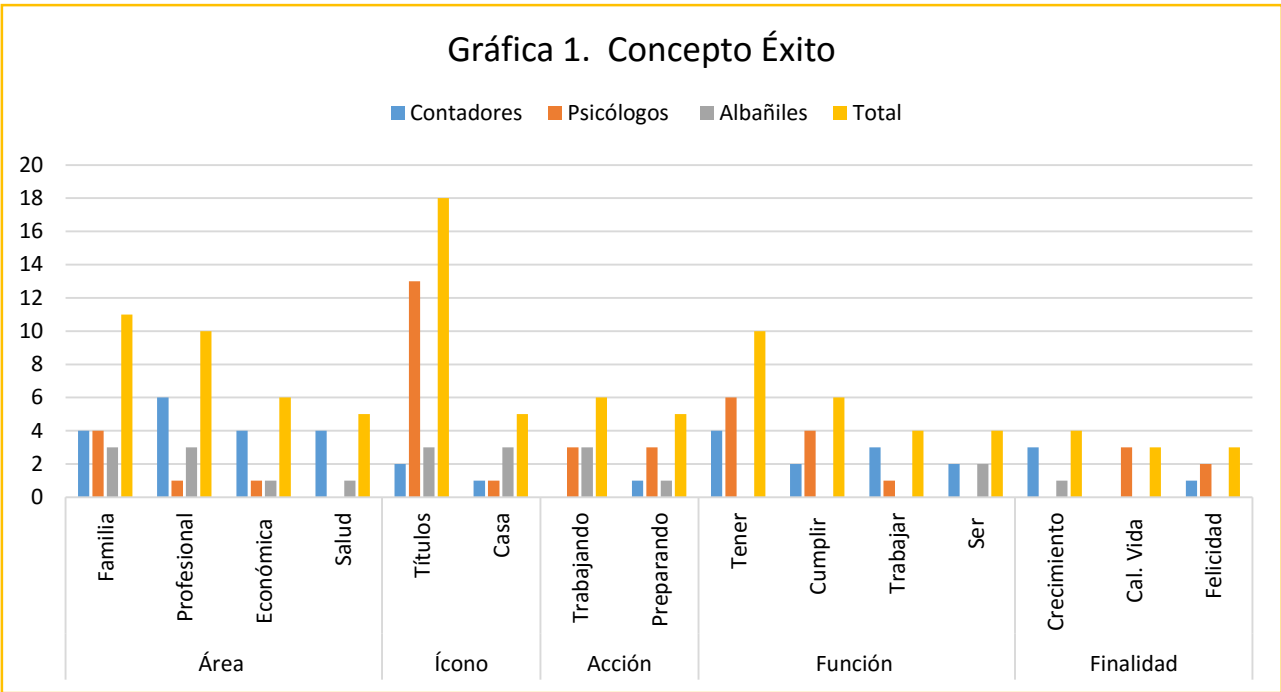
Tabla 44. Comparativa C8

8. TABLA COMPARATIVA LOGRO DE OBJETIVOS					
Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Actividades	Trabajar	2	4	8	14
	Capacitación	4	6	1	11
	Planear	5	3	1	9
	Pensar en ello	4	5	1	8
	Pedir ayuda	3	3	0	6
Actitud	Disposición	2	4	3	9
	Esfuerzo	2	0	6	8
Cualidades	Puntual	1	2	3	6
	Responsabilidad	3	1	0	4

Fuente: Elaboración Propia

En esta última tabla número 44 del grupo tablas comparativas, se observa que para la categoría “actividades” son las subcategorías trabajar, capacitación, planear, pensar en ello y pedir ayuda lo que suelen hacer los entrevistados para lograr el éxito; en la categoría “actitud” está disposición y esfuerzo como los guías de su conducta y finalmente para la categoría “cualidades” está el ser puntual y responsable. La subcategoría más alta para este caso es la de trabajar, siendo no solo símbolo como se observó en el conjunto 1 sino también la forma de lograrlo.

Las tablas de frecuencia comparativas por conjunto permitieron la elaboración de las gráficas que se analizaron. En total se obtuvieron 8 gráficas que representan cada uno de los conjuntos. A continuación se muestra una gráfica como ejemplo del conjunto 1.

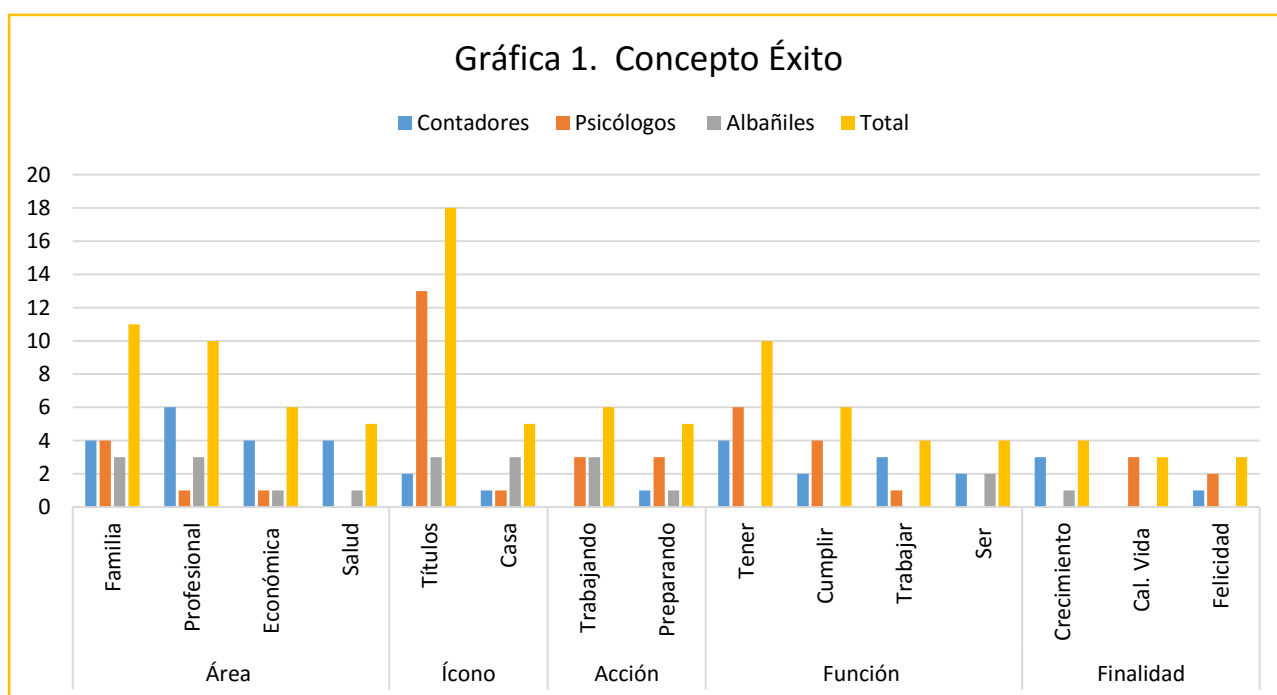


Gráfica 10

Capítulo 4. Resultados

Habiendo considerado las medias obtenidas y organizadas en las tablas comparativas, se graficaron los subcategorías más representativas de cada categoría para cada uno de los 8 conjuntos, realizando comparaciones con los tres grupos de entrevistados, contadores, psicólogos y albañiles. A continuación se muestran las 8 gráficas comparativas con una breve descripción y el diccionario que le corresponde para el significado de cada aspecto considerado.

Descripción de resultados



Gráfica 11. Concepto éxito

Fuente: Elaboración Propia

Esta gráfica presenta la síntesis de las respuestas obtenidas ante la pregunta ¿qué es el éxito? De tal manera que se estructuró en 5 categorías que son: *área*, *ícono*, *acción*, *función* y *finalidad*, las cuales a su vez están conformadas por diversas subcategorías. A continuación se realiza una descripción de cada una.

La categoría **área** contempla las subcategorías: *familia*, *profesión*, *economía* y *salud*. Se puede observar que la subcategoría más alta en los tres grupos corresponde a la de *familia* con un total de 11 puntos y una coincidencia en los tres grupos, haciendo notar que la expresión "*tener una familia*" es un aspecto muy importante que consideran al definir el éxito, a continuación el *área profesional* también

tiene un puntaje alto, apenas con 1 punto por debajo del de familia y a pesar de que en los tres grupos se presenta esta subcategoría, en el de contadores es donde mayor peso tiene para demostrar el éxito que se ha conseguido, a continuación con un total de 6 puntos y la última coincidencia en los tres grupos, se encuentra el área *económica*, donde nuevamente los contadores muestran un mayor interés por la relación entre su desempeño profesional y la remuneración económica que reciben a cambio. Finalmente la subcategoría *salud* con 5 puntos solo es considerada por los contadores y albañiles, los primeros son quienes mayor puntaje le dan a este aspecto en la misma medida que el área económica, haciendo referencia a que ésta les permitirá un estado de bienestar. Ahora bien las medidas más altas en todas las subcategorías fueron asignadas por el grupo de contadores mientras que las más bajas o incluso inexistentes las brindaron los psicólogos cuya área más importante es la familia y la que no consideran es la salud, por otra parte para los albañiles sus áreas por igualdad de importancia son la familia y el trabajo (área profesión) y las más bajas son la económica y salud, atribuyendo a que sí tienen las dos primeras las segundas vendrán por añadidura. Finalmente aunque los contadores consideran a la familia como un área para demostrar éxito, es sin duda alguna, la subcategoría profesional la que mayor interés tiene para ellos, dejando el área familia, económica y salud en un mismo rango de importancia.

La siguiente categoría **ícono** nos presenta dos únicas subcategorías que son la de *títulos y la de casa*, esta última ha sido considerada a pesar de no cumplir con la media estadística por el hecho de en ésta coinciden también los tres grupos y además en el caso del grupo albañiles la presenta en el mismo nivel de importancia que el de tener títulos. Se puede observar que de entre todas las categorías y subcategorías de las respuestas ésta es la más alta. La subcategoría *títulos* tiene un total de 18 puntos de los cuales 13 son de psicólogos haciendo mención a la importancia de tener diplomados, diversos grados de estudios y/o cursos, para los albañiles les es importante en una medida de 3 puntos considerando el título como ese ascenso de puesto o rango, para los contadores no parece ser su prioridad con un total de 2 puntos. La siguiente subcategoría *casa* tiene un total de 5 puntos, en la cual el grupo albañiles aporta 3 puntos debido a que la consideran como símbolo de éxito al estar inmersos en ello durante su jornada de trabajos, para los contadores y psicólogos tiene por igual el valor de 1 punto que consideran como necesario pero no un símbolo de éxito.

La siguiente categoría es la de **acción**, es decir aquellas actividades que realizan para conseguir el éxito o bien que les motiva hacer después de tenerlo. Esta área está estructurada por 2 subcategorías que son: *trabajar y preparar*. En la primera hay un total de 6 puntos sin embargo no hay coincidencia en los tres grupos, ya que solo es considerada por los psicólogos y los albañiles con 3 puntos cada uno que hacen referencia a frases como: "trabajar en lo que estudié" y/o "tener trabajo". En la siguiente

subcategoría está la de preparar con un total de 5 puntos y a diferencia de la anterior subcategoría en ésta los tres grupos coinciden siendo el grupo de psicólogos el que le da 3 puntos haciendo notar que para ellos el trabajo está relacionado con la preparación y el esfuerzo, por su parte los contadores y albañiles también consideran como una acción del éxito el esforzarse cada vez más, dando 1 punto respectivamente.

En la categoría **función** hay 4 subcategorías que son: *tener, cumplir, trabajar y ser*. La primera es la más alta con un total de 10 puntos sin embargo no hay una coincidencia en los tres grupos, solo entre los contadores y los psicólogos donde estos últimos le asignan mayor puntaje como se puede observar dos más respecto a los primeros, por su parte el grupo de albañiles no asigna ni un solo punto a la función del tener y no solo a esta subcategoría sino a la de cumplir y trabajar también. En el caso de *cumplir* los psicólogos se destacan con un puntaje de 4 a diferencia de los contadores con 2 puntos por el contrario a decir de la siguiente que es *trabajar* donde los contadores dan mayor prioridad que los psicólogos. Finalmente en la subcategoría de *ser* únicamente los contadores y albañiles le asignan una función de ser al concepto de éxito. Cabe mencionar que en esta categoría no existió ninguna subcategoría en la cual los tres grupos mostraran coincidencia, mostrando una categoría diversa respecto a la opinión de la función que tiene el éxito en sus vidas.

Por último en la categoría de **finalidad** que está estructurada por las subcategorías *crecimiento, calidad de vida y felicidad* se puede observar que al igual que en la anterior categoría, no existe coincidencia de los grupos, de tal forma que tenemos entonces diversas opiniones sobre la finalidad del éxito, por ejemplo para los contadores y albañiles parece ser el *crecimiento*, mientras que para los psicólogos la *calidad de vida*.

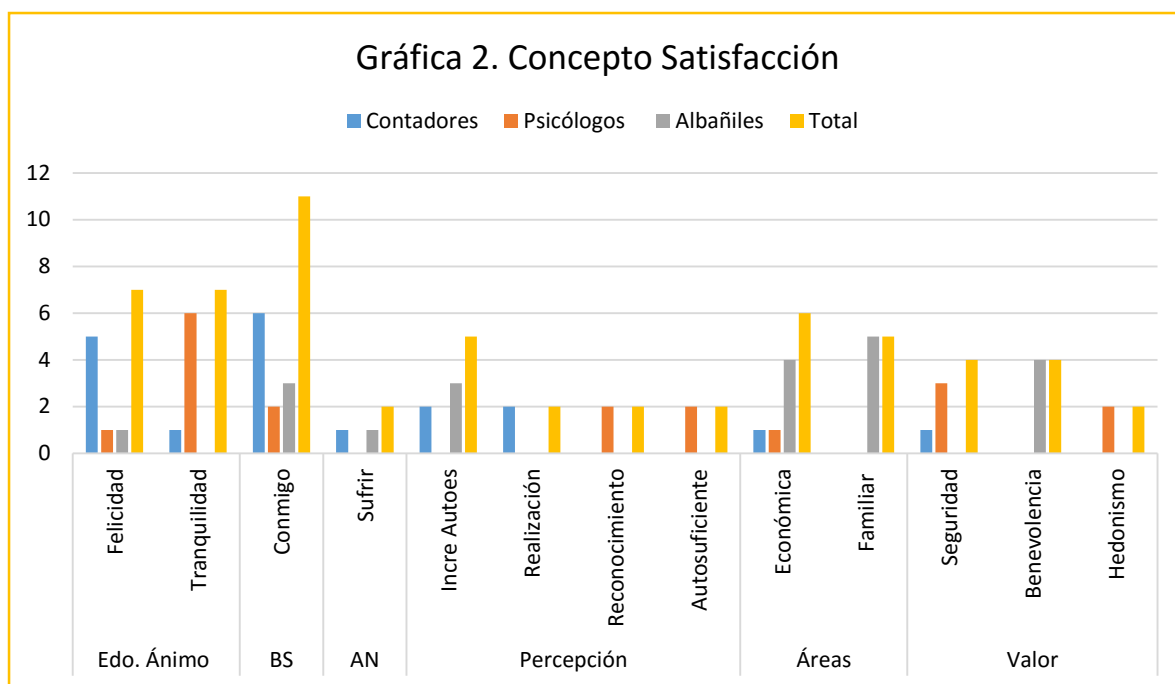
A continuación se muestra una parte del diccionario de significados que daban los entrevistados a cada subcategoría.

Categoría	Significado
Familia	Tener una familia, esposo (a) e hijos.
Profesional	Trabajo digno, desempeñarse en lo que se estudió, profesionista.
Económica	Material, estabilidad de flujo de dinero
Salud	Estar bien, estar sano
Títulos	Licenciatura, maestría, titulación, carrera, diplomado, capacitación, ideas, subir de rango o puesto en el oficio.
Casa	Bien inmueble, consultorio, lugar para habitar
Trabajar	Ejercer en lo que se estudió
Preparación	Ubicar lugares de trabajo, esfuerzo
Tener	Poseer algún bien material, relaciones interpersonales principalmente familiares, trabajo, posición social y económica.
Cumplir	Lograr las metas y objetivos que se proponen
Ser	Siendo una persona de bien, dignidad
Crecimiento	Ser alguien importante

Calidad de vida	Buena alimentación, tranquilidad, paz, trato justo
Felicidad	Sentirse bien, plenitud

Tabla 45. Significado por subcategorías concepto éxito

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 12. Concepto satisfacción

Fuente: Elaboración Propia

En esta gráfica número 12, se muestra la síntesis del concepto que se tiene sobre satisfacción, estructurada en 6 categorías con subcategorías para cada una.

La primera categoría es la de **estado de ánimo** en la cual se observan 2 subcategorías que son: *felicidad* y *tranquilidad* con la misma proporción en el total de 7 puntos, sin embargo es solo en la de *felicidad* que hay un punto de unión de los tres grupos aunque no de frecuencia respecto a la otra. Para los contadores la felicidad es un estado de ánimo con el cual definen a la satisfacción de haber obtenido éxito mientras que para los psicólogos es la tranquilidad y a decir de los albañiles con un solo punto para considerar a la felicidad como parte del concepto de satisfacción.

La siguiente categoría que es **bienestar** hace referencia a la sensación que tienen al lograr el éxito. En esta categoría los tres grupos señalan que ese bienestar es únicamente con *uno mismo*, siendo el grupo de los contadores el que mayores puntos le da a este aspecto siguiéndole el de los albañiles y finalmente el de los psicólogos.

En la categoría de **antónimo** se muestra que la subcategoría *sufrir* es la que presenta lo contrario a satisfacción, sin embargo el grupo de psicólogos no puntúa en este aspecto, y por su parte los otros dos grupos hacen referencia a frases como “tener problemas”, “haya complicaciones” y/o “lastimar” para expresar lo que consideran sufrir.

Respecto a la categoría **percepción** que hace referencia al impacto que tiene la satisfacción que experimentan al conseguir éxito se presentan 4 subcategorías que son: *autoestima, realización, reconocimiento y autosuficiencia*. Es de destacar que aunque poseen puntajes altos, en ninguna ocurre algún punto de unión, mostrando una diversidad de percepciones respecto a la sensación de satisfacción en el logro del éxito. Se observa que para el grupo de albañiles es el *incremento de autoestima* lo que perciben al momento de lograr un éxito, destacando la frase “*sentirse orgulloso de uno mismo*”, para los contadores es tanto el incremento de la autoestima como la *realización* las subcategorías a las que les asignan el mismo valor de 2 puntos para referirse a un crecimiento personal. Finalmente en el caso de los psicólogos es el *reconocimiento y ser autosuficiente* las subcategorías con las que definen el concepto de satisfacción, valorando el hecho de bastarse a sí mismos en el logro de sus metas.

En la categoría de **áreas** se destacan las subcategorías *económica y familiar*, coincidiendo los tres grupos únicamente en la primera que hace referencia a la satisfacción de que el éxito lo han conseguido principalmente en lo económico. Al parecer el grupo de albañiles consideran que la satisfacción que obtienen de tener éxito es en el aspecto material que comparten con la familia.

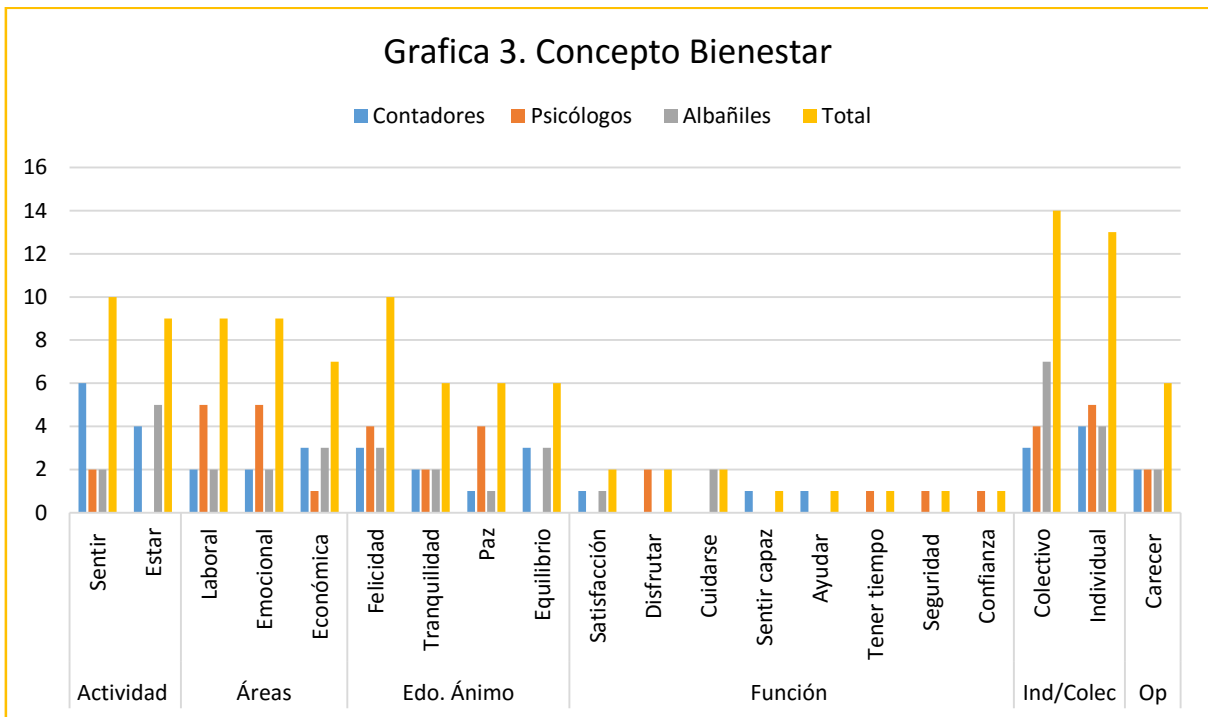
Finalmente en la categoría **valor** que hace referencia al cómo guían su conducta respecto al logro del éxito se destacan 3 subcategorías que son: *seguridad, benevolencia y hedonismo*, haciéndose notar que no existe una coincidencia de los grupos en ninguna llevando a pensar que al igual que en otros ejemplos hay una diversidad de valoraciones que realizan sobre el mismo aspecto. Los contadores consideran el aspecto de la *seguridad* como un elemento importante para definir la satisfacción que logran al tener éxito, mientras que para los psicólogos además de la subcategoría seguridad también consideran el *hedonismo* resaltando la frase de “*disfrutar lo que hago*”, y finalmente para los albañiles es la subcategoría *benevolencia*, el compartir con el otro, el ayudar lo que les permite sentirse exitoso.

Categoría	Significado
Estado de ánimo	Disposición emocional prolongada
Felicidad	Alegría, estar contento
Tranquilidad	Estar en paz, no preocupaciones, sentirse bien
Bienestar	Estado de la persona cuyas condiciones físicas y mentales le proporcionan un sentimiento de satisfacción y tranquilidad. Sensación de estar completo

Sufrir	
Autoestima	Aprecio o consideración que uno tiene de sí mismo. Sentimiento de satisfacción hacia algo propio o cercano a uno que se considera meritorio (orgulloso de sí) Sentirse orgulloso de sí
Realización	Crecimiento
Reconocimiento	
Autosuficiente	Se basta a sí mismo, sensación de poder, de logro
Económica	Material, estabilidad de flujo de dinero
Familia	Tener una familia, esposo (a) e hijos.
Seguridad	Conservación
Benevolencia	Autotrascendencia, compartir
Hedonismo	Apertura al cambio, disfrute

Tabla 46. Significados por subcategoría concepto satisfacción

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 13. Concepto Bienestar

Fuente: Elaboración Propia

Esta grafica hace referencia al concepto de bienestar que tienen los grupos entrevistados y está estructurada por 6 categorías, que son: **actividad, áreas, estado de ánimo, función, individual-colectivo y opuesto** divididas en subcategorías.

En la primera categoría que corresponde a la **actividad** que relacionan con el concepto de bienestar se encuentran las subcategorías *sentir y estar* donde la primera no sólo es la más alta sino también en la que coinciden los tres grupos, sin embargo es para los contadores con 6 puntos la principal actividad que asocian al bienestar, por su lado los albañiles consideran al *estar* como la forma de definir el concepto. No así para los psicólogos quienes con tan solo 2 puntos valoran la subcategoría *sentir*, asociando el concepto con un estado de ánimo y no con una actividad.

En la siguiente categoría, **áreas**, se hace referencia a 3 subcategorías que son: *laboral, emocional y económica*. El área laboral y emocional con 9 puntos son las más altas principalmente para los psicólogos quienes otorgaron 5 puntos. Por su lado tanto contadores como albañiles otorgaron 3 para el área económica que para ellos representa la subcategoría más importante dentro del concepto bienestar.

Estructurada por 4 subcategorías, la categoría **estado de ánimo** destaca a la felicidad con 10 puntos como el estado que define al concepto de bienestar, a continuación con 6 puntos se ubican *la tranquilidad, la paz y el equilibrio*, siendo para los psicólogos la paz con 4 puntos otro estado que permite el bienestar, mientras que para los albañiles es el equilibrio.

La categoría **función** es la que mayor diversidad presenta formada por 8 subcategorías que son: *satisfacción, disfrutar, cuidarse, sentirse capaz, ayudar, tener tiempo, seguridad y confianza*. Se destaca el hecho que en ninguna subcategoría logran coincidir los grupos estudiados, marcando una diferencia muy clara entre lo que cada grupo elige como función del bienestar de tal modo que para los contadores ésta hace referencia principalmente a esa sensación de *sentirse capaz y ayudar al otro*, para los psicólogos es el *disfrutar, tener tiempo, seguridad y confianza*, mientras que para los albañiles su principal consideración respecto al bienestar es la de *cuidarse*.

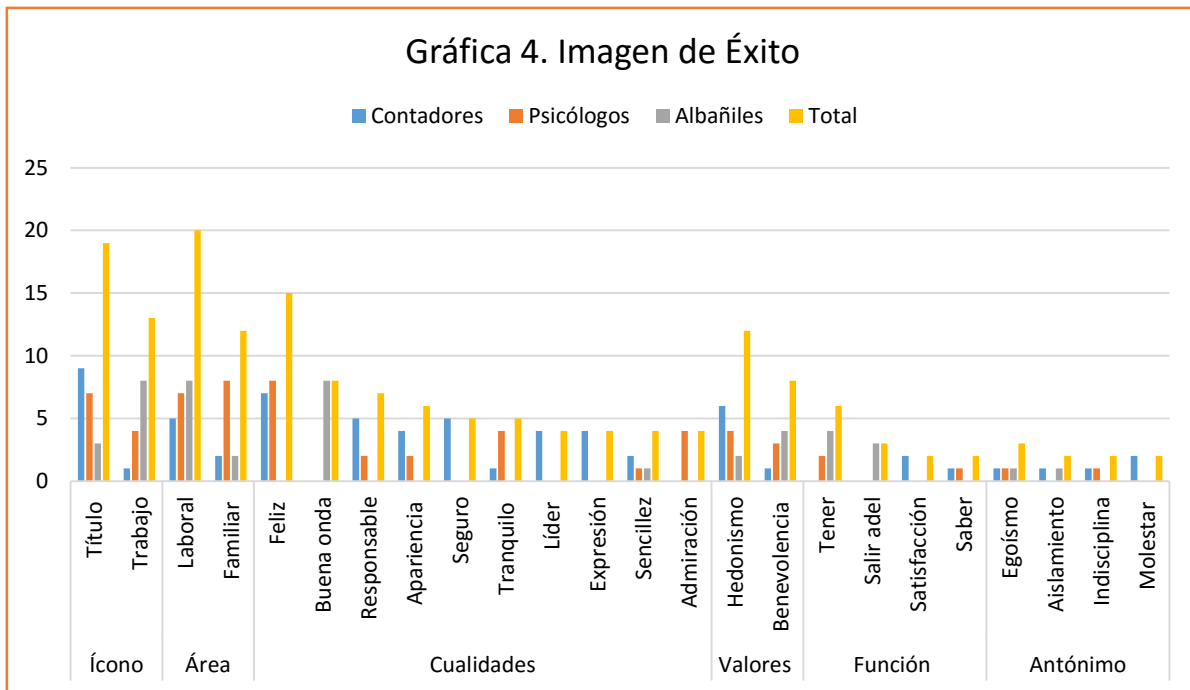
La categoría **individual-colectivo** hace referencia a la percepción de la búsqueda del bienestar así como la manera de obtenerlo de tal forma que a pesar de sólo existir un punto de diferencia entre cada subcategoría, se observa que es una perspectiva *colectiva* la que se tiene sobre el concepto de bienestar pensando en el hecho de sí lo logran de esta forma también podrán estarlo como *individuos*. Sin embargo es importante señalar que de esos 14 puntos la mitad, es decir 7 puntos fueron otorgados por los albañiles, conceptualizando el bienestar colectivo sobre el individual a diferencia de la otra subcategoría *individual* en la cual los psicólogos la consideraron con 5 puntos mientras que para el grupo de albañiles fue el más bajo. Los contadores son quienes más bajo puntuaron esta categoría tanto en lo individual como lo colectivo con 4 y 3 puntos respectivamente.

Finalmente en la categoría **opuesto** está formada por una sola categoría que es la de *carecer*, así mismo se observa la coincidencia de los tres grupos inclusive en la frecuencia otorgando cada grupo 2 puntos para la misma.

Categoría	Significado
Bienestar	Estado de la persona cuyas condiciones físicas y mentales le proporcionan un sentimiento de satisfacción y tranquilidad
Sentir	Poseer sensaciones, sentimientos, afectos, emociones. Generación de estado de ánimo.
Estar	Disposición. Asociación con buen estado
Laboral	Trabajo, profesión, actividad para tener dinero
Emocional	Alma, mente, sentimientos
Económica	Material, estabilidad de flujo de dinero
Felicidad	Alegría, estar contento
Tranquilidad	Estar en paz, no preocupaciones, sentirse bien
Paz	Descanso, ausencia de molestias, tranquilidad
Equilibrio	Reposo, antónimo de problemas, todo funciona bien
Satisfacción	Sensación de logro
Disfrutar	Sentir placer, gozar, beneficio
Cuidarse	Atender, dirigir atención a uno mismo, mantener la salud, vigilar los estados de ánimo.
Sentirse capaz	Reconocer capacidad que se tiene para la ejecución de algo.
Ayudar	Cooperar, ver por el otro, dar, compartir.
Tener tiempo	Equilibrio entre las actividades para dedicar tiempo a todas las áreas de la vida.
Seguridad	Conservación
Confianza	Afianzar, estar seguro de algo o con alguien
Colectivo	Los otros, la familia, el entorno, hablar en plural
Individual	Uno mismo, para uno mismo, yo
Carecer	Hace falta, hueco, deudas,

Tabla 47. Significados por subcategoría concepto bienestar

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 14. Imagen de éxito

Fuente: Elaboración Propia

La gráfica 14 hace referencia a la imagen que los grupos estudiados tienen sobre el éxito, la descripción que realizaron permitió estructurar las respuestas en 6 categorías: **ícono**, **área**, **cualidades**, **valores**, **función** y **antónimo**. A continuación se presentan cada una de las categorías con sus subcategorías.

En la primera categoría **ícono** se compone por 2 subcategorías que son la de *título* y la de *trabajo*, en las cuales coinciden los tres grupos aunque con diferentes frecuencias, por ejemplo para los contadores son muy importantes los *títulos* pues asignaron 9 puntos al respecto y no así para la subcategoría *trabajo* donde solo dieron 1 punto, en el caso de los psicólogos aparece algo similar con 7 puntos para *título* y 4 para *trabajo*, y en el caso de los albañiles suele mostrarse una contraposición ya que ellos valoran más la subcategoría *trabajo* con 8 puntos que los títulos con 3 puntos.

La siguiente categoría que es la de **área** se compone por la subcategoría *laboral* y *familiar*. Es importante destacar que el total de la subcategoría *laboral* es el más alto respecto a los demás con 20 puntos, de los cuales 8 fueron asignados por los albañiles quienes al parecer asocian la imagen de una persona exitosa con el tener un trabajo digno, a continuación con 7 puntos los psicólogos también consideran este aspecto como parte del éxito y finalmente los contadores califican este aspecto con 5

puntos. Para la subcategoría *familiar* parece ser que es un elemento esencial para mostrar éxito en el caso de los psicólogos dado que la califican con 8 puntos y no es así para los contadores y albañiles quienes asignan tan solo 2 puntos respectivamente.

La categoría **cualidades** está compuesta por 10 subcategorías que son: *feliz, buena onda, responsable, apariencia, seguro, tranquilo, líder, expresión, sencillez y admiración*, es importante mencionar que en esta categoría es donde mayor diversidad de subcategorías existe y que además no hay coincidencia de los tres grupos en ninguna, mostrando el hecho de que al parecer cada grupo posee sus propias cualidades para describir la imagen de una persona exitosa. Así se tiene entonces que, para los contadores y psicólogos el mostrar *felicidad* es una cualidad del éxito puesto que la evalúan con 7 y 8 puntos respectivamente, mientras que para los albañiles es el *ser buena onda* con 8 puntos y la *sencillez* con 1. Dentro de la diversidad existente en las subcategorías son los contadores quienes mayor diferencia presentan con un total de 8 de las 10 cualidades mencionadas, considerando además de la *felicidad*, que fue la más alta para ellos, la *responsabilidad* con 5 puntos, *apariencia* con 4, *seguridad* con 5, *tranquilidad* con 1, *líder* con 4, *expresión* con 4 y *sencillez* con 2. Para el caso de los psicólogos sólo consideran 5 de las 10 subcategorías que son *feliz*, *responsable* con 2 puntos, *apariencia* con 2 puntos, *tranquilidad* con 4, *sencillez* con 1 y *admiración* con 4. Finalmente para el grupo de albañiles sólo hay 2 cualidades que se mencionaron anteriormente, *ser buena onda* y la *sencillez*.

En la categoría **valores** se tiene la subcategoría *hedonismo* y *la benevolencia*. El *hedonismo* con 12 puntos es el más alto de los dos valores considerados para describir a una persona exitosa, siendo para los contadores de mayor importancia este aspecto, ya que le asignan 6 puntos que equivale a la mitad del total obtenido, mientras que para *benevolencia* solo asignan 1 punto, el caso contrario son los albañiles quienes otorgan 4 puntos para *benevolencia* y solo 2 para *hedonismo*, finalmente en el caso del grupo de los psicólogos parece existir una unión entre estos 2 valores debido a que evalúan al *hedonismo* y la *benevolencia* con 4 y 3 puntos respectivamente.

Para la categoría **función** que es el sentido que le asignan los grupos al éxito, se tienen 4 subcategorías que son: *tener, salir adelante, satisfacción y saber*. Si bien la subcategoría *tener* con 8 puntos se convierte en la más alta de esta categoría, se vuelve a observar que no hay coincidencia de grupos por subcategorías dando como resultado que para los contadores con 2 puntos para *satisfacción* y 1 para *saber* son las funciones que le asignan al éxito, mientras que para los psicólogos es el *tener* con 2 puntos y el *saber* con 1, no así para los albañiles, quienes asignan 4 puntos para el *tener*

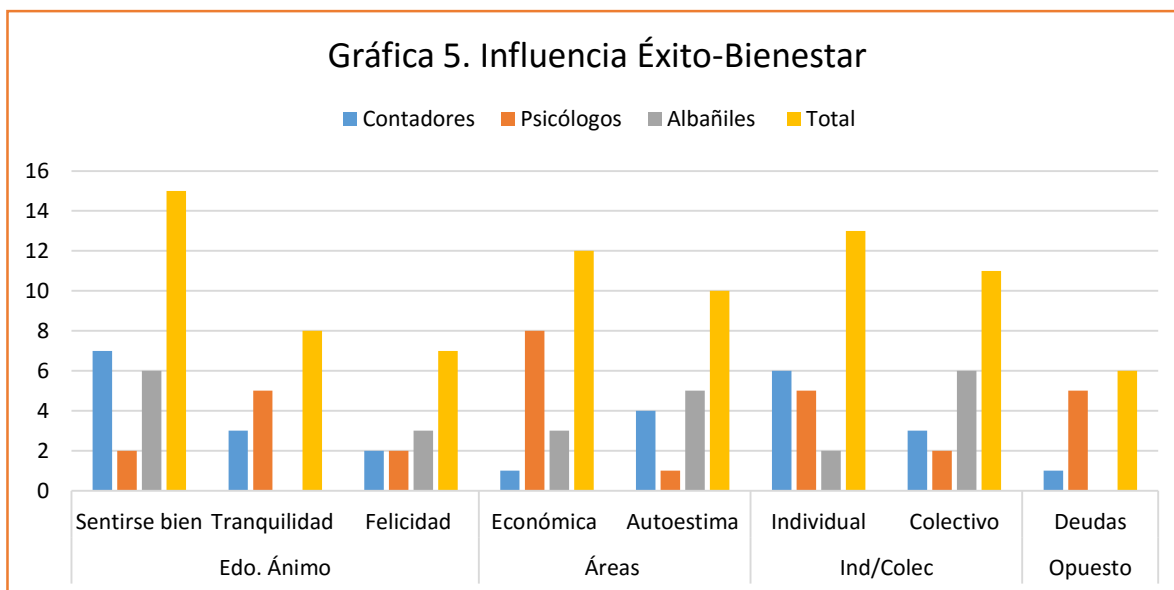
y 3 para el *salir adelante* dando la idea que es una prioridad cubrir primero las necesidades básicas y después las secundarias como la *satisfacción* y *el saber*.

En la categoría **antónimo** se encuentran 4 subcategorías que son: *el egoísmo, aislamiento, indisciplina* y *molestar*. El total más alto es el del *egoísmo* con 3 puntos y además coinciden los tres grupos estudiados, los cuales asignaron un punto a este aspecto como lo opuesto a la imagen de una persona exitosa, para el caso de la subcategoría *aislamiento* únicamente el grupo de contadores y albañiles son quienes consideran a esta subcategoría, no así para *indisciplina* donde los contadores y psicólogos se ponen de acuerdo para evaluarla con 1 punto respectivamente. Finalmente en la subcategoría *molestar* solo es considerada por los contadores, haciendo notar que este grupo es quien nuevamente muestra mayor frecuencia y diversidad en el momento de describir la imagen del éxito, aportando puntos para cada subcategoría y no así para el caso de los psicólogos y albañiles quienes consideraron solamente dos antónimos respectivamente.

Categoría	Significado
Título	Conocimiento, licenciatura, maestría, titulación, carrera, diplomado, capacitación, ideas, subir de rango o puesto en el oficio.
Trabajo	Ejercer en lo que se estudió
Laboral	Trabajo, profesión, actividad para tener dinero
Familia	Tener una familia, esposo (a) e hijos.
Felicidad	Alegría, estar contento
Buena Onda	Buena persona, ayuda, saluda, sonríe
Responsable	Cumple con las cosas que se le encarga, llega a trabajar todos los días.
Apariencia	Peso ideal, vestir bien,
Seguro	Toma sus decisiones, no titubea
Tranquilo	No se mete en problemas
Líder	Dice lo que hay que hacer, cae bien, es ejemplo para seguir
Expresión	Desenvolvimiento
Sencillez	No se aprieta, es amable, te da la mano
Admiración	Es el centro de atención en todas partes, agradable, sonríe.
Hedonismo	Valor del área apertura al cambio. Hacer lo que me gusta, trabajar en lo que estudié
Benevolencia	Amorosa, compromiso con el otro, ayudar, apoyar al otro
Tener	Poseer algún bien material, relaciones interpersonales principalmente familiares, trabajo, posición social y económica.
Salir adelante	Trabajar, llegar a más de lo que se es o tiene, resolver problemas, mejorar,
Satisfacción	Sensación de logro
Saber	Resolver problemas
Egoísmo	Envidiar, tacaño
Aislamiento	Cerrarse, apretarse
Indisciplina	Incumplido, flojo, no sabe
Molestar	Crear problemas, hacer chismes.

Tabla 48. Significados por subcategoría imagen de éxito

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 15. Influencia de éxito en bienestar

Fuente: Elaboración Propia

La gráfica 15 hace referencia a la influencia que ejerce el éxito en el bienestar de cada uno de los grupos entrevistados, de tal manera que las respuestas fueron estructuradas en 4 categorías que hacen referencia al **estado de ánimo**, el **área** donde se refleja el bienestar obtenido por el éxito, si esa influencia proviene desde lo **individual o colectivo** y el antónimo u **opuesto** a la relación éxito-bienestar.

En la primera categoría que se refiere al **estado de ánimo** se tienen 3 subcategorías que son: *sentirse bien*, *tranquilidad* y *felicidad*. La más alta es la de *sentirse bien* con 15 puntos y coincidencia de los tres grupos, sin embargo son los contadores y albañiles quienes la califican más alto con 7 puntos y 6 puntos respectivamente, no así para los psicólogos quienes apenas asignan 2 puntos sin embargo hacen mayor énfasis en el aspecto *tranquilidad* ya que le dan 5 puntos que es casi dos terceras partes del total con 8 puntos, obtenidos en esta subcategoría, la cual los albañiles no consideran y los contadores con tan solo 3 puntos, la última subcategoría es la de *felicidad* en la cual nuevamente se observa la coincidencia de los tres grupos sin embargo parece ser que es para los albañiles con 3 puntos un aspecto importante y no tanto para los otros dos quienes por igual dan 2 a este elemento.

La siguiente categoría **áreas** que es la percepción de los entrevistados sobre donde impacta la influencia del éxito en el bienestar considera únicamente dos subcategorías que son *la económica* y *la de autoestima*, para el primer caso se observa que posee un mayor peso sobre todo para el grupo

psicólogos quienes asignan 8 de los 12 puntos totales de la subcategoría, seguido de los albañiles con 3 puntos, mientras que los contadores dan 1, para el caso de *autoestima* que es el sentirse autosuficiente es más importante para los albañiles y los contadores con 5 y 4 puntos que para los psicólogos con 1 punto.

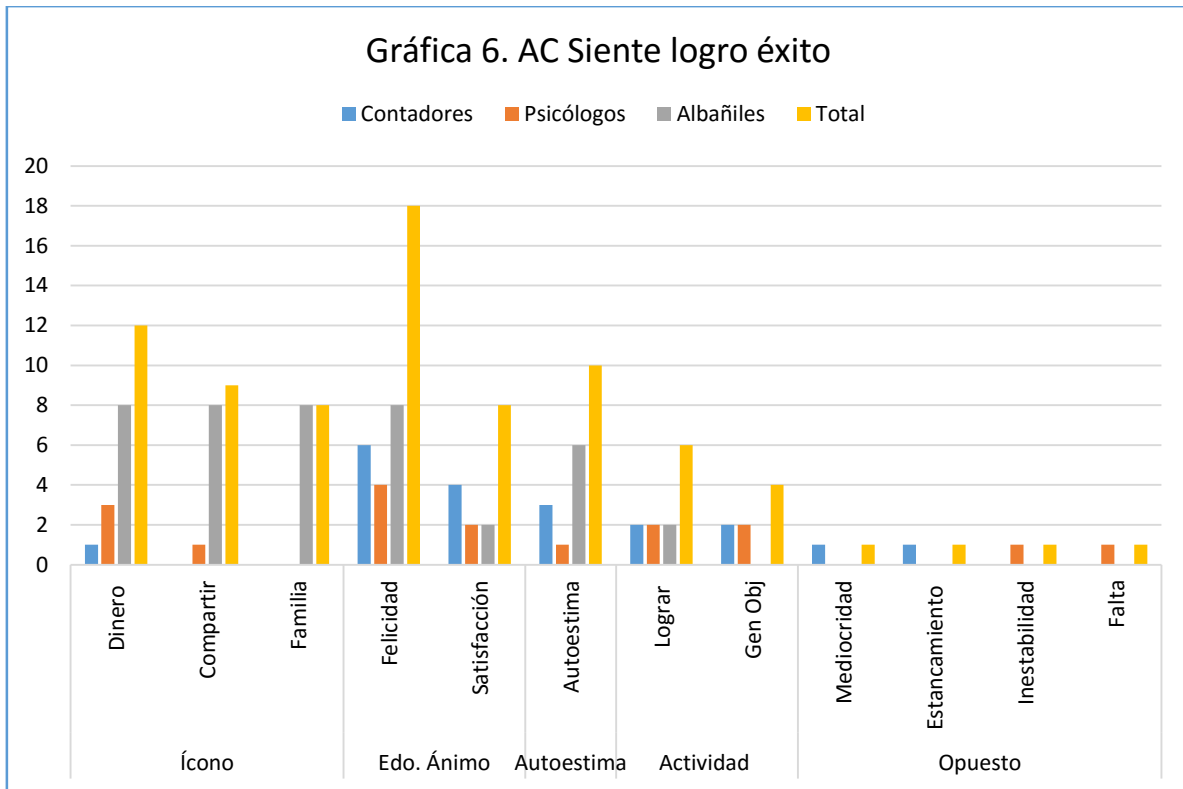
La categoría **individual o colectiva** muestra una percepción individual con 13 puntos sobre la influencia que se ejerce con el éxito en el bienestar, considerando a este último como algo más personal sí es que se gana a través del logro de uno mismo. Sin embargo es importante resaltar que esta visión es más para los contadores y psicólogos que para los albañiles puesto que los dos primeros grupos asignan 6 y 5 puntos respectivamente mientras que el tercero únicamente da 2 puntos caso contrario para una percepción *colectiva* donde el grupo albañiles da 6 puntos mientras que contadores y psicólogos apenas dan 3 y 2 puntos respectivamente.

Finalmente la categoría **opuesto** muestra una sola subcategoría que es la de *deudas* sin embargo es más representativa para los psicólogos debido a que asignaron 5 de los 6 puntos obtenidos en total, el grupo contadores asignó 1 punto y los albañiles no lo consideraron.

Categoría	Significado
Tranquilidad	Estar en paz, no preocupaciones, sentirse bien
Felicidad	Alegría, estar contento
Económica	Material, estabilidad de flujo de dinero
Autoestima	Autosuficiente
Individual	Uno mismo, para uno mismo, yo
Colectivo	Transmitir, apoyar, estar con la familia, irradiar buena vibra, festejar con el otro.
Deudas	Carecer

Tabla 49. Significados por subcategoría influencia de éxito en bienestar

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 16. Actitud hacia el logro de éxito

Fuente: Elaboración Propia

En esta gráfica número 16, sobre lo que los entrevistados reportan que han sentido al lograr el éxito están estructuradas sus respuestas en 5 categorías que son: **ícono**, **estado de ánimo**, **autoestima**, **actividad y opuesto**, cada uno de ellas se estructura a su vez por subcategorías que a continuación se describen.

En la categoría **ícono** que es ese símbolo con el que para ellos se demuestra el logro del éxito son consideradas tres subcategorías de las cuales el *dinero* la más importante y en la que los entrevistados coinciden con un total de 12 puntos de los cuales 8 son del grupo albañiles y tan solo 3 y 1 de los psicólogos y contadores respectivamente. Para la subcategoría *compartir* con 9 puntos, nuevamente los albañiles otorgan 8, los psicólogos 1 y los contadores ninguno. Finalmente para la subcategoría *familia* quienes la consideran como símbolo del logro de éxito son los albañiles dando los 8 puntos del total de 8. Es importante observar que es el grupo de los albañiles quienes consideran por igual medida *al dinero, el compartir y la familia* como símbolos del éxito obtenido y no así para los otros dos grupos.

Los **estados de ánimo** que reportan los grupos al experimentar el éxito son *felicidad y satisfacción* que forman la siguiente categoría, la cual muestra que la subcategoría felicidad tiene el valor más alto respecto al resto inclusive a la de categorías de la misma gráfica. Se tiene entonces un total de 18 puntos para *felicidad* en la cual los albañiles asignan 8 puntos, casi la mitad, los contadores 6 y los psicólogos 4, en el caso de *satisfacción* para los contadores es más importante con 4 puntos que para los psicólogos y albañiles quienes lo valoran con 2 puntos respectivamente.

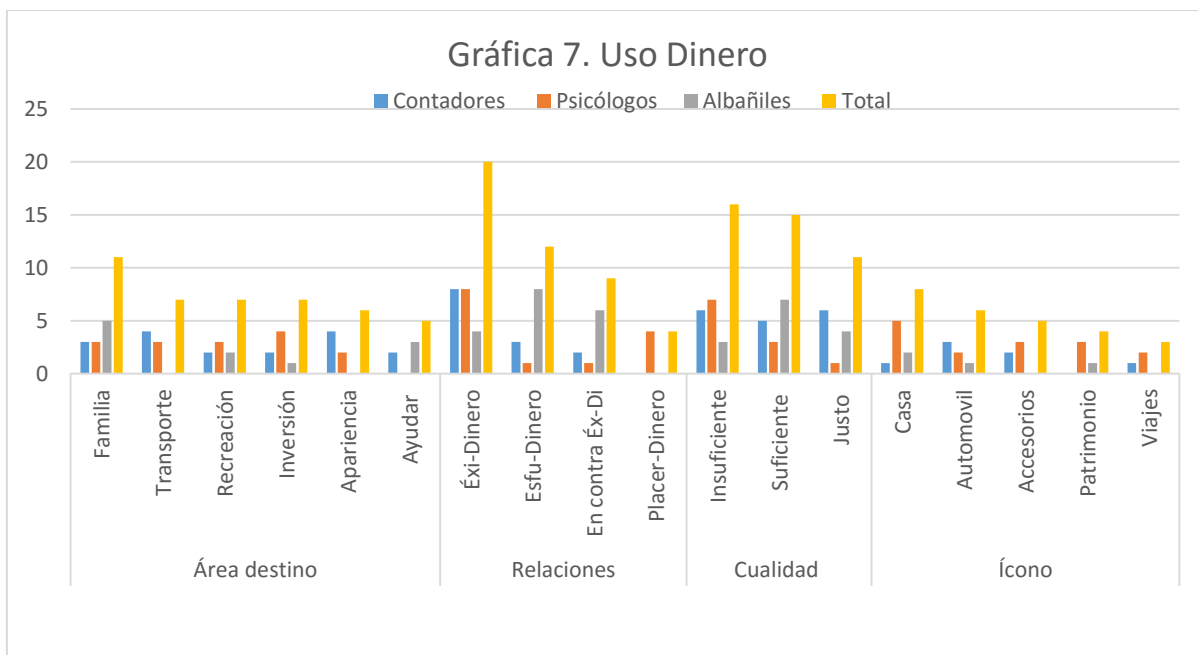
La categoría **actividad** la cual hace referencia a la que les provoca hacer después de alcanzar el éxito, se estructura por la subcategoría *lograr y general objetivos*, en la primera es el deseo de lograr más cosas, de sentir nuevamente que se puede volver siendo para los tres grupos la misma frecuencia e intensidad con 2 puntos, la siguiente subcategoría *generación de objetivos* es la idea que expresan sobre volver a fijarse nuevas metas para continuar esforzándose, sin embargo esto es únicamente para los formados como profesionales que es el caso de los contadores y psicólogos quienes lo valoran con 2 puntos pero no para los albañiles quienes no lo consideran.

La última categoría de la gráfica 6 se refiere a lo **opuesto**, es decir ese antónimo que consideran como obstáculo al logro del éxito lo cual solo es válido para el grupo de contadores y psicólogos debido a que nuevamente los albañiles no lo consideran. Así mismo se observa que a pesar que estos dos grupos mencionan un opuesto tampoco hay una coincidencia entre los mismos, teniendo entonces *la mediocridad y estancamiento* para los contadores con 1 punto cada uno y la *inestabilidad y falta* para los psicólogos también con un punto para cada subcategoría.

Categoría	Significado
Dinero	Sirve para comprar cosas que se necesitan
Compartir	Dar al otro, ayudar, ser generoso
Familia	Tener esposo (a) e hijos
Felicidad	Alegría, contento, éxtasis
Satisfacción	Sensación de logro
Autoestima	Perfecta, desarrollada, seguridad, orgullo,
Lograr	Pude hacerlo
Generación objetivos	Seguir con más, ponerse nuevas metas, seguir proponiéndome, me pongo algo más.
Mediocridad	No avanzar, hacer las cosas mal
Estancamiento	No hacer nada, estar siempre igual
Inestabilidad	No tener lo suficiente, que unas veces hay y otras no
Falta	Carecer, no tener.

Tabla 50. Significados por subcategorías actitud hacia el logro de éxito

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 17. Uso de Dinero

Fuente: Elaboración Propia

En la gráfica 17 se muestran las respuestas obtenidas a los entrevistados sobre, si el dinero que ganan les hace sentirse como una persona exitosa así como qué es lo que les permite mostrar el ser exitoso, de tal manera que se organizaron 4 categorías con subcategorías que a continuación se describen.

La primera categoría **área destino** hace referencia al uso que le dan al dinero, obteniendo 6 subcategorías que son: *recreación, familia, transporte inversión, apariencia y ayudar*. Es importante observar que hay una diversidad considerable debido a que de estas 6 subcategorías solo en 2 se aprecia una coincidencia de los 3 grupos entrevistados las cuales son *familia e inversión*, que junto con *recreación y ayudar* son las áreas en las que los albañiles usan su dinero, siendo el más alto *familia* con 5 puntos, siguiendo *ayudar* con 3 y *recreación* junto con *invertir* tienen 2 y 1 punto respectivamente, mostrando la idea de que para este grupo la familia así como el ayudar son su prioridad. En el caso de los contadores es el *transporte y la apariencia* las **áreas** de mayor peso cada una con 4 puntos considerando a continuación a la *familia* con 3 puntos y *recreación, invertir* así como *ayudar* con 2 puntos, dejando ver el hecho de que dentro de sus prioridades está el dar una imagen de éxito a través de la presentación que va desde la figura corporal hasta el vehículo que se tiene, cabe destacar que este es el único grupo que otorga puntos a todas las subcategorías. Finalmente para el caso de los psicólogos su **área** primordial es la de *invertir* con 4 puntos, siguiendo *familia, transporte y recreación* con 3 puntos y 2 para *apariencia*, indicando que les es importante afianzar y tener algo seguro que es

en lo que invierten para después poder disfrutar del resto de áreas sin considerar como necesaria la apariencia.

En la categoría **relaciones** que se establecen se tienen 3 subcategorías que son las percepciones que expresaron los entrevistados respecto al logro del éxito, encontrando de tal manera que se muestra una fuerte relación entre la obtención *del éxito* y a consecuencia de ello la *del dinero* con un total de 20 puntos, convirtiendo a esta subcategoría en la más alta de la gráfica, sin embargo quienes mayor puntuación dan a este aspecto con 8 puntos respectivamente son los contadores y psicólogos ya que los albañiles sí bien lo consideran, no asignan un puntaje algo ya que dan solo 4 puntos, no así para el caso de la relación *esfuerzo-dinero* en la cual asignan 8 puntos mientras que los grupos de formación profesional dan tan solo 3 y 1, así mismo se observa que este grupo no profesional está muy en contra de considerar que el ser exitoso genera en la misma proporción flujo de dinero calificando este aspecto con 6 puntos del total de nueve, 2 puntos fueron dados por los contadores y 1 por los psicólogos. Finalmente para el caso de la relación *placer-éxito* es decir que haciendo lo que a cada persona le gusta hacer es como se obtiene el éxito únicamente es el grupo de psicólogos quienes consideran este elemento con 4 de 4 puntos así que se puede observar que mientras para los contadores es el éxito su objetivo para lograr dinero, para los albañiles es el esfuerzo y para los psicólogos es el realizar actividades placenteras.

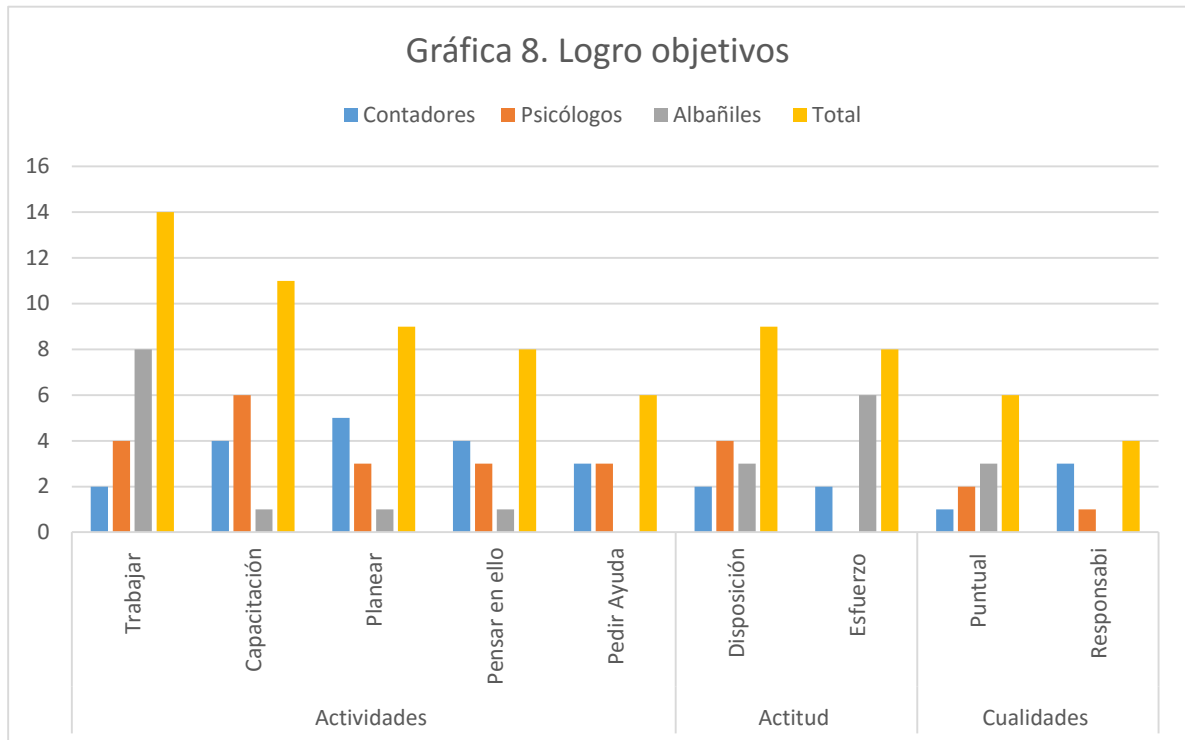
La categoría **calidad** que hace referencia a las características que le asignan al dinero se estructura en 3 subcategorías que son *insuficiente*, *suficiente* y *justo*, para el primer caso hay una alta frecuencia con un total de 16 puntos de los cuales la mayoría son otorgados por los de formación profesional dando 6 puntos los contadores y 7 los psicólogos mientras los albañiles sólo lo consideran en 3 puntos. Para la siguiente subcategoría *suficiente* parece ser que es para los albañiles quienes con 7 de 15 puntos, casi la mitad, apoyan esta característica del dinero que perciben mientras que los psicólogos dan 3 puntos y los contadores 5 haciendo notar que son quienes más inconformes están con el rendimiento del dinero, pero no así para la subcategoría *justo* en la cual ellos son quienes más consideran, con 6 puntos, que lo que perciben en términos de dinero es adecuado a lo que desempeñan muy diferente a los psicólogos quienes con 1 punto lo califican y los albañiles con 4, haciendo notar que sí bien los contadores son quienes más consideran insuficiente el dinero también son quienes más piensan que es justo lo que ganan a diferencia de los psicólogos quienes creen que es insuficiente pero no logran expresar si les parece justo o no y finalmente los albañiles consideran que es suficiente el dinero que ganan pero que no es del todo justo al compararlo con su esfuerzo.

En la última categoría icono que hace referencia a los objetos con los cuales los grupos entrevistados muestran su éxito se estructura en 5 subcategorías que son: *casa, automóvil, accesorios, patrimonio y viajes*, sin embargo únicamente en las dos primeras es donde hay una coincidencia de los 3 grupos haciendo referencia a la importancia que tiene el tener una *casa* y un *automóvil* como muestras principales de ser exitoso. Las siguientes subcategorías si bien no coinciden en su totalidad los grupos entrevistados, dan una primera impresión de lo que consideran de forma independiente como símbolo de éxito. Para la subcategoría *casa* con un total de 8 puntos, es para los psicólogos el aspecto más importante con 5 puntos, siendo más de la mitad de puntaje que se obtuvo, mientras que para los albañiles es 2 y para los contadores 1, sin embargo estos últimos consideran con 3 puntos, siendo su más alto puntaje otorgado, el poseer un *automóvil* como símbolo de éxito el cual los psicólogos consideran con un 2 y los albañiles con 1 punto. Para el caso de accesorios son únicamente los grupos de profesionales quienes los consideran con 2 puntos los contadores y 3 los psicólogos. Mientras que para los contadores no les es básico el tener una casa o en este caso de la subcategoría *patrimonio*, si lo es para los psicólogos con 3 puntos y para los albañiles con 1 punto. Finalmente en la categoría *viajes* es de mayor peso para los psicólogos con 2 puntos que para los contadores con 1 mientras que el grupo albañil no lo considera.

Categoría	Significado
Familia	Tener esposo (a) e hijos
Transporte	Tener automóvil para trasladarse
Recreación	Vacaciones, viajes, cine, restaurantes, actividad no laboral, darse gustos
Inversión	Destinar dinero para comprar bienes como inmuebles como casas, departamentos, terrenos o hacer una fideicomiso para los hijos
Apariencia	Cuidado de cuerpo (gimnasio, alimentación, vestido, accesorios, cirugías)
Ayudar	Compartir con el otro, dar sin esperar nada a cambio, donar, a quien menos tiene, hacer grupos
Éxito-Dinero	Percepción de la existencia de una relación entre el tener éxito y tener en la misma medida del dinero.
Esfuerzo-éxito	Percepción de la existencia de una relación entre a mayor esfuerzo mayor es el éxito.
Placer-dinero	Percepción de la existencia de una relación entre hacer lo que a uno le gusta para sentir placer y con ello llega el dinero en esa misma proporción.
Insuficiente	No alcanza, hace falta
Suficiente	Alcanza para darse unos gustos, ahorrar o viajar
Justo	El pago está en correspondencia con el esfuerzo, la responsabilidad o preparación que se tiene.
Casa	Vivienda propia y bonita
Automóvil	Medio para trasladarse, que esté en buenas condiciones
Accesorios	Joyería, ropa, calzado, maquillaje, cuerpo esbelto.

Tabla 51. Significados por subcategorías uso de dinero

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica 18. Logro de objetivos

Fuente: Elaboración Propia

En esta última gráfica de descripción de resultados número 18 se presentan las categorías obtenidas a través de las respuestas dadas en las entrevistas en las cuales expresan lo que hacen para alcanzar el éxito mediante el logro de sus objetivos, de tal manera que se establecieron 3 categorías que son: **actividades, actitud y cualidades**.

La categoría **actividad** nos dice lo que hacen para conseguir los objetivos que se plantean, en la cual podemos observar que *trabajar* es la más alta de toda la gráfica con un total de 14 puntos de los cuales se destaca con 8 el grupo de albañiles, 4 psicólogos y tan solo 2 el de contadores, en el caso de la subcategoría *capacitación* parece ser más importante para los psicólogos con 6 puntos que para los contadores con 4 o inclusive que para los albañiles con 1 punto. En la subcategoría *planear*, es decir el anticiparse para conseguir lo que se propone se tiene el mayor puntaje del grupo de contadores con 5, los psicólogos con 3 y los albañiles con 1 y son estos últimos quienes califican de igual forma a la actividad *pensar en ello* donde los psicólogos otorgan 3 y los contadores 5, siendo su más alto puntaje para este grupo profesional, finalmente para el caso de la subcategoría *pedir ayuda* solo los grupos de profesionales, contadores y psicólogos, la consideran con 3 y 1 punto respectivamente.

La categoría **actitud** que es lo que suelen mostrar y/o percibir en el camino a lograr los objetivos planteados se encuentran las subcategorías *disposición y esfuerzo*, la primera es apoyada por los 3 grupos siendo para los psicólogos con 4 puntos más importante que para los contadores con 2, inclusive los albañiles la consideran también como un elemento importante en la conquista del éxito con 3 puntos. En el caso de la subcategoría *esfuerzo* es rotundamente más valioso para los albañiles con 6 puntos que para los grupos profesionales ya que los psicólogos no lo consideran y los contadores con apenas 2 puntos.

Finalmente en la categoría **cualidades** nos refiere que es necesario *la puntualidad y responsabilidad*, para los albañiles es de mayor valor la primera con un total de 3 puntos y la segunda ni la consideran. Para el caso de los contadores es el contrario, la responsabilidad con 3 puntos es más importante que la puntualidad con 1 punto mientras que para los psicólogos parece ser la puntualidad con 2 puntos y la responsabilidad no tanto debido a que solo asignaron 1 punto.

Categoría	Significado
Trabajar	Qué hacer, actividad para conseguir dinero
Capacitación	Actualizarse, autodidacta, leer, investigar
Planear	Visualizar el futuro, anticiparse
Pensar en ello	Imaginar que es lo que se quiere o busca, soñar.
Pedir ayuda	Preguntar, buscar los recursos, buscar líder, guía o gente experta.
Disposición	Mejorar, trabajar constantemente,
Esfuerzo	Echarle ganas
Puntual	Llegar a tiempo o un poquito antes.
Responsabilidad	Compromiso

Tabla 52. Significados por subcategoría logro de objetivos

Fuente: Elaboración Propia

Presentación de los resultados

Posterior a la descripción de cada una de las categorías con sus correspondientes subcategorías por grupo y en total se recurrió nuevamente a la obtención de la media para reducir y localizar las categorías definitorias y las subcategorías más representativas que permitieran la formación del núcleo, la visualización de la actitud y el contenido de la información de la Representación Social del éxito su relación con el bienestar. A continuación se muestra la tabla de categorías definitorias comparativas entre los grupos de entrevistados.

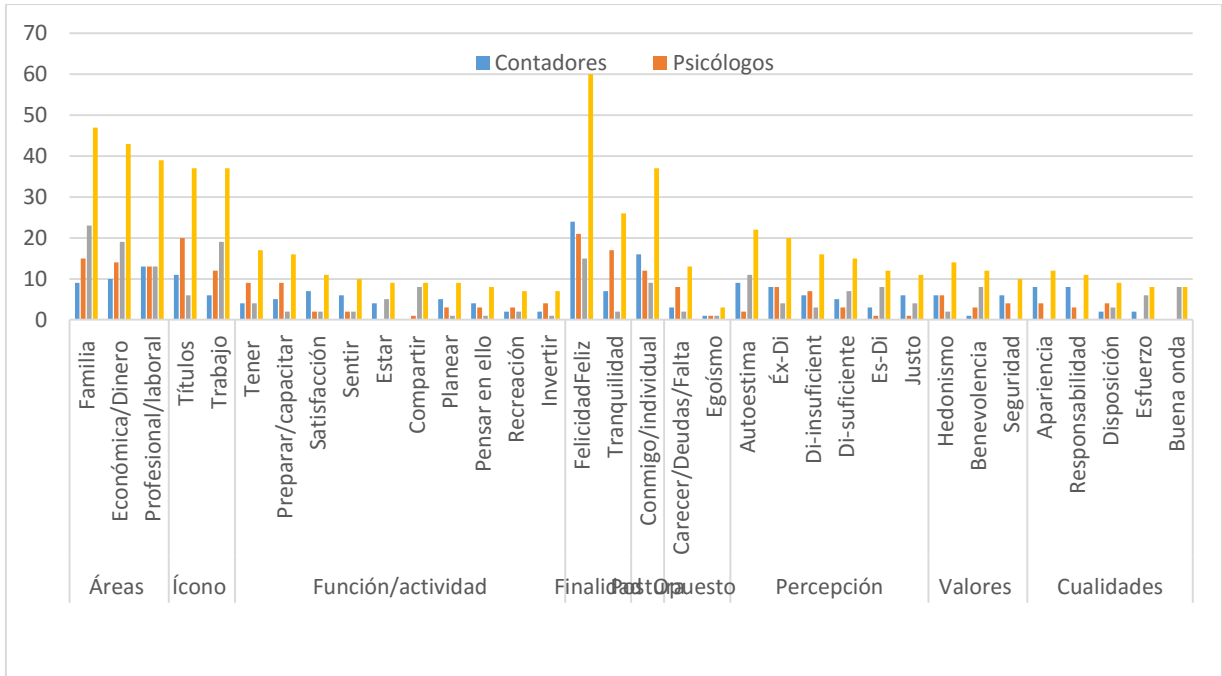
Tabla 53. Categorías definitorias

• Categoría	Subcategoría	Contadores	Psicólogos	Albañiles	Total
Áreas	Familia	9	15	23	47
	Económica/Dinero	10	14	19	43
	Profesional/laboral	13	13	13	39
Ícono	Títulos	11	20	6	37
	Trabajo	6	12	19	37
Función/actividad	Tener	4	9	4	17
	Preparar/capacitar	5	9	2	16
	Satisfacción	7	2	2	11
	Sentir	6	2	2	10
	Estar	4	0	5	9
	Compartir	0	1	8	9
	Planear	5	3	1	9
	Pensar en ello	4	3	1	8
	Recreación	2	3	2	7
	Invertir	2	4	1	7
Finalidad	FelicidadFeliz	24	21	15	60
	Tranquilidad	7	17	2	26
Postura	Conmigo/individual	16	12	9	37
Opuesto	Carecer/Deudas/Falta	3	8	2	13
	Egoísmo	1	1	1	3
Percepción	Autoestima	9	2	11	22
	Éx-Di	8	8	4	20
	Di-insuficient	6	7	3	16
	Di-suficiente	5	3	7	15
	Es-Di	3	1	8	12
	Justo	6	1	4	11
Valores	Hedonismo	6	6	2	14
	Benevolencia	1	3	8	12
	Seguridad	6	4	0	10
Cualidades	Apariencia	8	4	0	12

Responsabilidad	8	3	0	11
Disposición	2	4	3	9
Esfuerzo	2	0	6	8
Buena onda	0	0	8	8

Fuente: Elaboración Propia

Con las frecuencias obtenidas en las subcategorías de las categorías definitorias se diseñó la gráfica número 19, que se encuentra a continuación, con los totales representativos de la información obtenida mediante las entrevistas realizadas.



Fuente: Elaboración Propia

Análisis de los Resultados

Con los más altos puntajes se obtuvo un total de 9 categorías que son: áreas, ícono, función, finalidad, postura, opuesto, percepción, valores y cualidades, las cuales se analizan por medio de frecuencia y coincidencia en los tres grupos.

En la categoría “**áreas**” que hace referencia a la asignación del éxito en una determinada parte de la vida del individuo, se obtuvieron 3 subcategorías que son: familia, económica y profesional. La primera, que hace referencia al hecho de tener esposo (a) e hijos, es la más alta con 47 puntos de los cuales 23 son otorgados por el *grupo albañiles*, haciendo notar que es muy importante esta área en su vida, más que la económica o profesional que como se verá en otra categoría más adelante, este grupo pone al servicio de la familia tanto el aspecto profesional como económico es como si cobraran sentido estas áreas a través de la primera.

Para el grupo *contadores* son a quienes menos les interesa la subcategoría familia, reflejando únicamente 9 puntos, al parecer su principal área de interés es la profesional sobre familia o económica, indicando una fuerte relación entre su satisfacción y el trabajo que desempeñan, tomando una actitud más competitiva que los otros dos grupos.

Para el grupo *psicólogos* aparece una búsqueda de equilibrio respecto a la obtención del éxito en todas las áreas por ejemplo para familia asigna 15 puntos, económica 14 y profesional 13, mostrando una mínima diferencia entre sus preferencias respecto al área en la cual se enfocan.

Por coincidencia en frecuencia aunque no la más alta en puntaje se encuentra la subcategoría *profesional o laboral*, mostrando que los 3 grupos tienen una imagen del éxito asociada al desempeño profesional o laboral que significa tener un trabajo digno y relacionado con su preparación. Esta subcategoría es considerada por los grupos como una parte de la imagen del éxito, sobre el área económica o familia, indicando el hecho de una fuerte presión social por tener un trabajo respetable y reconocido por los demás que además es compartido por los jóvenes de acuerdo a la Encuesta Nacional de Valores en Juventud (ENVJ) del Instituto Mexicano de la Juventud y la UNAM en la cual para los jóvenes mexicanos el tener éxito en la vida “*es obtener un trabajo con buen salario y estabilidad laboral a partir de un empleo formal*” (Flores, 2014) aunque la realidad diste de ello.

La siguiente categoría “**ícono**” hace referencia a la parte objetiva del éxito, es decir con lo cual identifican al éxito. Se observa un mismo puntaje en las dos únicas subcategorías obtenidas, *títulos y trabajo*, sin embargo hay diferencias interesantes entre los grupos. En la subcategoría *títulos* se

consideran todos aquellos documentos que sean obtenidos en cualquier nivel escolar, así como diplomados, capacitación o el indicador de ascensión de rango o puesto sobre todo en el caso del oficio y para el caso de la subcategoría *trabajo* es el realizar actividades relacionadas con lo que se estudió o en lo que se preparó. Se tiene un total de 37 puntos tanto para la subcategoría *títulos* como la de *trabajo*. En la primera el grupo que más se destaca es el de *psicólogos* con un total de 20 puntos, debido a una constante reafirmación de la psicología como ciencia y por el mismo desarrollo laboral de la misma en la cual hay una tendencia a demostrar lo que se sabe, herramienta principal de ésta, con menor puntaje consideran a la subcategoría *trabajo* sin embargo es importante destacar que hay una relación entre la cantidad de títulos obtenidos y la posibilidad de encontrar trabajo.

Por su parte para el grupo albañiles es quien mayor puntaje muestra en la subcategoría *trabajo*, siendo para ellos más importante tener trabajo con 19 puntos que ascender de rango u obtener títulos puesto que evalúan este aspecto con solo 6 puntos. La concepción de este grupo respecto al ícono del éxito se contrapone al de los grupos profesionistas.

Para el caso del grupo contadores se observa una menor diferencia entre las dos subcategorías, sin embargo evalúan al igual que los psicólogos con mayor importancia la subcategoría *títulos*, haciéndose notar la relación en la esfera profesional entre la preparación o capacitación y la obtención de un trabajo, ya lo mencionaba Bourdieu al enunciar la frase "*capital cultural*" el cual al parecer es símbolo del éxito para los grupos profesionales más que para el de oficio.

Si bien en esta categoría ambas subcategorías obtuvieron el mismo puntaje, es la subcategoría "*trabajo*" la que menos diferencia entre grupos mostró, coincidiendo en que éste es un ícono del éxito actualmente y es importante de considerarse puesto que socialmente la situación laboral cada día es más difícil, en tanto el ingreso o mantenimiento en la misma.

La categoría "**función o actividad**" hace referencia al para qué el éxito y al parecer cada grupo tiene su propia imagen en esta categoría, ya que es en la cual donde se encontró mayor diversidad en respuestas. La subcategoría más alta es la de "*tener*" con 17 puntos sin embargo no es en la que hay coincidencia en los tres grupos que si es el caso para la de "*recreación*".

Para los contadores la principal función que otorgan al éxito es la de "*satisfacción*" con una frecuencia de 7 puntos y la que no consideran es la de "*compartir*" con 0 puntos. Parece indicar una tendencia totalmente individualista sobre la concepción del éxito debido a que la "*satisfacción*" la entienden como la realización de sus sueños o sensación de lograr lo que se propusieron, experiencias

completamente individuales y además se asocia a esto el hecho de no considerar el "compartir" por lo cual permite ver la visión competitiva e individualista que tienen y han formado.

Para los psicólogos se observa con 9 puntos la subcategoría "tener" y "preparar" como las más altas, siendo las principales funciones de la obtención del éxito, donde "tener" es poseer algún bien material, relaciones interpersonales, trabajo, posición social y/o económica, y para la subcategoría "preparar" refieren que es el ubicar lugares de trabajo así como esforzarse. Con 0 puntos o la nula consideración evalúan la subcategoría de "estar" es decir mostrar una disposición o buen estado ya que estiman que el éxito no les puede brindar un buen estado mirándolo más como característica que les permite tener y prepararse.

Respecto a los albañiles el puntaje más alto que otorgaron fue con 8 puntos para la subcategoría "compartir", entendiéndose entonces la función del éxito como la forma en la que se puede dar al otro, ayudar y ser generoso, es pertinente mencionar que los otros dos grupos no consideran o apenas dan 1 punto a este aspecto mostrando una diferencia muy evidente respecto a las formaciones y visiones de la función del éxito. Al mismo tiempo el grupo albañiles no excluye ninguna subcategoría, considera y se incluye aunque con bajos puntajes, en todas.

Al parecer la subcategoría "tener" que es la de mayor puntaje es principalmente para el grupo psicólogos pero es la de "recreación" la función en la que los tres grupos presentan menor diferencia convirtiéndose ésta en una parte importante en la construcción del concepto éxito, entendiéndose como todas las actividades relacionadas a vacaciones, viajes, ir al cine, comer en restaurantes, darse gustos y algo no relacionado con el trabajo. No es raro observar como la industria del entretenimiento es tan poderosa para llegar al público. Es como si el deseo de alcanzar el éxito se originara desde el deseo de realizar actividades recreativas que no necesariamente son las promocionadas de forma masiva por grandes empresas dedicadas al rubro.

La categoría **finalidad** hace referencia al objetivo que pretenden conseguir los miembros de los grupos entrevistados, a través del éxito. En esta finalidad se encuentran dos subcategorías que son la "felicidad" y la "tranquilidad", la primera es considerada como ese estado de ánimo que se tiene al estar contento, alegre o en éxtasis, mientras que la segunda como estar en paz, sin preocupaciones, sentirse bien y no meterse en problemas. Con 60 puntos en su frecuencia, la subcategoría "felicidad" es la más alta no solo para este caso sino también entre las otras 33 subcategorías.

Quienes mayor deseo de "felicidad" muestran son los contadores con 24 puntos siendo su principal búsqueda al momento de emprender el camino rumbo al éxito y asignan 7 puntos para la

subcategoría "*tranquilidad*", es como si ésta formara parte de un concepto más amplio como la "*felicidad*".

Los psicólogos vuelven a mostrar una búsqueda de equilibrio como en el caso de la categoría "*áreas*", debido a que entre la frecuencia de "*felicidad*" y la de "*tranquilidad*" no hay una gran diferencia, caso contrario con los otros dos grupos, evalúan con 21 puntos la subcategoría "*felicidad*" y con 17 la "*tranquilidad*", mostrando una preferencia por el estar felices sin dejar de considerar que para ello también es importante compartir un estado de tranquilidad.

En el caso del grupo albañiles se tienen 15 puntos para la subcategoría "*felicidad*", es importante destacar que este grupo presenta una diferencia considerable entre el puntaje que asigna y lo que consideran los grupos de profesionales, los cuales dan mayor peso a esta subcategoría, si bien los albañiles consideran a la "*felicidad*" como finalidad del éxito no marcan tanto esta idea debido a que opinan que el éxito no necesariamente hace a una persona feliz, ayuda pero no es indispensable para serlo. En la subcategoría "*tranquilidad*" dan únicamente 2 puntos, ocurriendo en su opinión algo similar a lo antes mencionado.

La felicidad es la subcategoría con mayor frecuencia en los tres grupos, es importante mencionar que se debe tener cuidado con la formación de este concepto debido a que puede interpretarse como parte del éxito y entonces genera "*societades de cansancio*" y frustradas porque la felicidad no necesariamente se consigue a través del logro de objetivos, y verla como al parecer se está haciendo es como crear ilusiones al respecto, ilusiones fomentadas no solo por los medios de comunicación sino también por el sistema educativo y la dinámica social.

En la categoría **postura** que se refiere a esa posición en relación a ellos mismo o el otro, que toman los grupos respecto al éxito, se obtuvo el mayor puntaje por frecuencia en la subcategoría "*individual*", relacionando al éxito con una actitud completamente individualista donde solo ellos están involucrados, haciendo a un lado que para el logro de objetivos no es suficiente los deseos, metas o esfuerzo invertido sino también las condiciones sociales y de ambiente, generando una actitud apática respecto a la formación y desarrollo de la sociedad. Es importante observar que esta postura la representan más el grupo de contadores con 16 de 37 puntos del total, seguido por los psicólogos con 12 puntos y finalmente los albañiles con 9 puntos, se ve nuevamente esa parte indudable de formación y campo laboral que influye en la percepción y actuar de cada grupo donde los contadores suelen mostrar más competitividad en todas las áreas en las que se propongan alcanzar el éxito, mientras que los psicólogos nuevamente buscan un equilibrio y los albañiles aún se inclinan más hacia una situación

más *colectiva*". Sin duda alguna esta postura en los grupos entrevistados es una característica resultante del sistema económico en el que todos estamos inmersos.

Para la categoría opuesto, que es el antagónico al éxito, se obtuvieron dos subcategorías que son *"carecer"* donde se implica el no tener, falta o tener deudas y la subcategoría *"egoísmo"* en la cual coinciden los tres grupos pero no es la más alta en frecuencia.

Los psicólogos son quienes evalúan al *"carecer"* como el máximo contraste al éxito debido a que del total de 13 puntos de ellos, 8 corresponden a este grupo y solo asignan 1 al egoísmo. Ellos refieren que el *"carecer"* es como sinónimo de insuficiente, de no tener no solo bienes inmuebles sino también relaciones interpersonales o una posición social reconocida.

Los contadores asignan 3 puntos a la subcategoría *"carecer"* que si bien no es tan alta como para el caso del otro grupo de profesionales, es un puntaje que indica la consideración a la idea de que si hay carencia, deudas o falta algo es lo opuesto al éxito. También asignan 1 punto a la subcategoría *"egoísmo"* considerando como una característica mal vista si eres exitoso.

Para el grupo albañiles se observan las más bajas puntuaciones en ambas subcategorías, respecto a los otros dos grupos. Califican con 2 puntos el *"carecer"* y con 1 al *"egoísmo"* indicando que en su imagen de éxito una persona puede al mismo tiempo hacerle falta algo aunque no precisamente sea en el área en la que tenga éxito.

Al parecer en los grupos de profesiones se observa una imagen de éxito asociada a la de abundancia, en la cual todo lo hay y mucho, y además esta abundancia se visualiza en todas las áreas. Sin embargo se puede notar una coincidencia en el aspecto de *"egoísmo"* en el cual los tres grupos refieren que el una persona que es tacaña o envidiosa no puede ser exitosa como se dice, porque el saludo y un trato amable es más representativo del éxito que la prepotencia y soberbia.

En la categoría percepción se hace especial referencia a relación que consideran los grupos entrevistados entre el dinero, la autoestima y el éxito, distinguiéndose 6 subcategorías que son: autoestima, relación éxito-dinero, dinero insuficiente, dinero suficiente, relación esfuerzo-dinero y relación pago justo-trabajo realizado.

Para el grupo de albañiles se observa la asignación del puntaje más alto a la subcategoría *"autoestima"* la cual se refiere a ser autosuficiente, bastarse a sí mismo, experimentar la sensación de poder, de logro, sentimiento de satisfacción y sobre todo sentirse orgulloso de sí mismo, este grupo evalúa este aspecto con 11 puntos, considerando que el obtener éxito les permite sentir que pueden

hacer las cosas y sentirse muy orgullosos de ellos. Para la subcategoría "dinero-suficiente" le asignan el más bajo valor entre los demás aspectos, con solo 3 puntos, resaltando que perciben el pago a su trabajo como justo pero insuficiente para sacar los gastos de la familia principalmente.

Por su parte los contadores evalúan también a la subcategoría "autoestima" con un puntaje alto, percibiendo a ésta como el demostrar ser autosuficiente, tener la sensación de poder y sentimientos de satisfacción, al otorgar 9 puntos a esta subcategoría nos muestra el valor personal con el que reconocen al éxito. En su puntuación más baja ubican a la relación esfuerzo-dinero con 3 puntos señalando que no necesariamente a mayor esfuerzo se obtiene más dinero, sino más bien se relaciona con el hecho de que sí eres exitosos por añadidura tienes dinero y para lograr el éxito no siempre se necesita esforzarse.

Para el grupo de los psicólogos se tiene el puntaje más alto en la subcategoría "relación éxito-dinero" con 8 puntos establecen la percepción que tienen sobre la imagen del éxito en la cual el dinero se convierte en el protagonista del logro del éxito, por lo cual una persona que carezca de recursos económicos para sostenerse a sí misma y tener una buena vida entonces es una persona fracasada. Ubican a las subcategorías "relación esfuerzo-dinero" y "justo" como las de menor valor dentro de sus preferencias asignándole solo 1 punto, considerando, al igual que el otro grupo de profesionistas, que el esfuerzo no da más dinero y en este caso que el pago o dinero que perciben no es justo respecto al trabajo que desempeñan.

La subcategoría más alta es la de autoestima con 22 puntos pero a pesar de que coinciden 2 grupos no logran estar de acuerdo los 3, quedando fuera de este aspecto los psicólogos quienes no asocian la autoestima con el éxito. Las coincidencias se observan en 2 subcategorías que son: "la relación éxito-dinero" y la de "dinero-suficiente", la primera considera la existencia de que a mayor éxito o logros en la vida mayor es la cantidad de dinero que se posee y la segunda se refiere a que el dinero que ganan es suficiente para darse algunos gustos. Aunque es considerada la "autoestima" como un aspecto que se involucra cuando se obtiene el éxito es más concreta la visión que se tiene sobre el hecho de relacionar el éxito con la cantidad de dinero que se tenga.

En la categoría "valores" se obtuvieron 3 subcategorías que son el valor del hedonismo, la benevolencia y la seguridad. Esta categoría nos deja notar su actitud o postura frente al éxito, el cual de acuerdo a los resultados obtenidos parece existir diferencias muy grandes.

Para los contadores los principales valores con los que viven el éxito son el "hedonismo" y la "seguridad" al calificar estos aspectos con 6 puntos cada uno y dan 1 solo punto al valor benevolencia,

al parecer este grupo considera que la principal ganancia del éxito es poder realizar lo que les gusta, trabajar en lo que estudiaron y tener seguridad o solidez económica, haciendo a un lado el compromiso con el otro.

Por su parte los psicólogos muestran una profunda inclinación a la subcategoría "hedonismo" con 6 puntos al igual que el otro grupo profesional y el puntaje más bajo que establecen es para el valor benevolencia con 3 puntos. Se observa cómo los psicólogos estructuran el concepto de éxito a través del acceso a los placeres de los cuales pueden disfrutar, aunque hayan evaluado bajo a la benevolencia, no lo fue tanto como el caso de los contadores.

Para el caso del grupo albañiles se observa una radical diferencia respecto a los grupos profesionales porque mientras estos últimos evalúan con bajos puntajes a la benevolencia, es para este grupo el aspecto más valorado con un total de 8 puntos, haciendo referencia a que un sinónimo y característica de la visión que tienen sobre el éxito es el compartir, trascender a través de la ayuda al otro. No consideran la subcategoría "seguridad" muy probablemente porque han aprendido a vivir al día, agradeciendo el tener trabajo para sacar algunos gastos.

Al parecer el hedonismo en los grupos profesionales es un valor compartido y además un valor relacionado directamente a la obtención del éxito sin embargo es para el grupo de oficio lo opuesto, la benevolencia. Por tanto mientras para los profesionistas el disfrute, la apertura al cambio y el placer son cualidades que posee el éxito no lo es para los albañiles quienes consideran la trascendencia, la ayuda al otro y hacer buenas obras parte fundamental de una persona exitosa.

La categoría "cualidades" refiere las principales características que consideran, los grupos entrevistados, tiene una persona exitosa. Se obtuvo un total de 5 subcategorías que son: apariencia, responsabilidad, disposición, esfuerzo y buena onda.

Las puntuaciones más altas corresponden a los contadores, evaluando con 8 puntos el aspecto apariencia y responsabilidad que se relaciona con la imagen que tienen sobre las personas exitosas para quienes es requisito mostrar un cuerpo muy estético, con formalidad en su vestir y arreglo, así como cumplir con todo lo que se indica o debe de entregarse. El aspecto que no consideran como parte de una persona exitosa es el ser "buena onda", asignando cero puntos, por lo que una persona exitosa lucirá muy bien de acuerdo a lo establecido en el uso formal, será responsable pero muy probablemente no sea agradable o ayude a los demás.

En el caso de los psicólogos hay ambigüedad en sus elecciones, no hay una clara imagen del ser exitoso, evalúan todas las características con muy bajos puntos o ni siquiera las consideran como es el caso de la subcategoría “esfuerzo” y “buena onda”, se tiene entonces la asignación de 4 puntos para “apariencia” así como para “disposición” indicando que una persona exitosa tiene una apariencia estética agradable o que cumple con lo establecido y siempre se muestra en disposición para hacer las cosas o ayudar a los otros.

Los albañiles muy contrario a los grupos profesionales evalúan con 8 puntos el aspecto “buena onda” siendo para este grupo la principal cualidad de las personas exitosas, asociado al “esfuerzo” y un fuerte compromiso social, este grupo no considera las cualidades “apariencia” y “responsabilidad” debido a que no asignan ningún punto al respecto.

La subcategoría evaluada como la más alta con 12 puntos por los grupos profesionales es la de “apariencia” indicando la importancia de esta en el desarrollo de su profesión caso contrario para el grupo no profesional, el cual asocia el mostrarse como una persona “buena onda” con ser exitoso más que presentar una apariencia. Los tres grupos coinciden en que la cualidad principal del éxito es la “disposición” que consiste en mostrarse dispuesto, atento, receptivo a los demás, a ayudar y hacer las cosas con buen ánimo.

Interpretación de Resultados

Moscovici sugiere tres elementos que estructuran una representación social: 1º la actitud, 2º la información y, 3º el campo la representación. Si bien los tres grupos comparten aspectos, lo cual genera una posible representación social del éxito y su influencia en el bienestar subjetivo, también es evidente que cada grupo posee de acuerdo a su contexto una representación social más íntima y que no necesariamente coincide del todo con el resto del grupo. A continuación se describirá la Representación Social para cada grupo y posterior a ello la que posiblemente puede ser una imagen del éxito en general.

La información que poseen los contadores sobre el éxito está basada en su formación profesional, considerando como principal área de logro la profesional, así mismo durante las entrevistas hacían énfasis sobre los ascensos de puesto y además su horario laboral los demanda casi todo el día, dedicando más de 12 horas al mismo, para ellos el ser exitoso es lograr sus objetivos que están directamente asociados con el desempeño en un trabajo que

tenga relación con sus estudios, en la entrevista mencionaban *-el éxito es cumplir y ejercer mi profesión, porque por eso estudie y esa sería pues, la meta ¡no!, ¡este! Lograr y seguir ¡este! pues desarrollándome como persona ¡no!, y como profesionalista sobretodo* - partiendo de esta idea se puede observar que consideran como la principal función del éxito a la satisfacción, en sus palabras sería el *-sentirse realizado-* por lo cual en la información consideran como opuesto a la acción de carecer en todos los sentidos y áreas de su vida, haciendo indicar que hay un gran esfuerzo por lograr el éxito en todos los aspectos. Los valores que asocian al éxito son en el mismo rango de importancia al hedonismo y la seguridad convirtiéndose en guías de sus pensamientos y conductas lo que les lleva a tener una postura individualista también gestada por un contexto competitivo cuya principal consecuencia es precisamente el individualismo, generando una relación con el éxito como de proveedor de satisfactores internos como la autoestima, la cual la desarrollan en base a las realizaciones de proyectos o metas planteadas, estos lineamientos permiten visualizar la actitud que poseen sobre el éxito inclinando la balanza hacia el yo y por tanto en contra del otro o el compartir. Esto lleva a considerar cualidades como el cuidado de la apariencia y la responsabilidad como partes esenciales de la imagen del éxito, cuyo ícono o símbolo es el tener títulos debido que es a través de ellos que logran consolidarse en el área laboral que a su vez les permite sentirse realizados y satisfechos para ser felices que al fin de cuentas es la finalidad que marcaron con una alta frecuencia, un entrevistado menciona que cada vez que tiene éxito siente *-Alegría porque va de la mano por ejemplo el recibir dinero por algo que sabes y que tú de cierta forma te lo ganaste con el esfuerzo de tu trabajo pues sería con éxito porque lo llevas a cabo con lo que aprendiste, lo que te enseña tu entorno-*

El grupo de psicólogos define al éxito como todo el logro o la conquista de lo que le pueda brindar una buena calidad de vida por lo cual la función del éxito es la de tener y prepararse, considerando que en la medida en que se capaciten o preparen en el ámbito laboral mayor será su poder adquisitivo lo cual le otorgará una mayor calidad de vida, *-éxito es tener una buena calidad de vida, son cosas que me permitan disfrutar de la vida, realizarme profesionalmente, dar a las demás personas, sentir que dejo una huella en este mundo, como que todo lo que vaya encaminado a eso son cosas que para mí ya fueron exitosas. Y obvio que me*

puedan permitir una buena calidad de vida. - Por una mínima diferencia de apenas 1 punto entre cada una de las áreas consideradas por este grupo, se enfatiza el hecho de una constante búsqueda de equilibrio entre el área familiar, económica y laboral, siendo su opuesto el carecer de todos los medios que puedan permitirle un buen nivel de vida. El valor del hedonismo y la asociación que hacen sobre el éxito y el dinero son aspectos fundamentales en los que basan su actitud generando una postura individualista debido a que el hedonismo lo consideran como ese disfrute personal en el que se recrean ellos mismo, las siguientes palabras pueden ejemplificar lo que se acaba de mencionar *-debes de tener lo suficiente, no puedes ser exitoso estando endeudadísimo, ósea no puedo relacionarlo el que sea exitoso pero que no tenga una previsibilidad. Debe de tener lo necesario. No es la primera medida pero yo sí creo que el dinero llega por añadidura cuando haces cosas que te gustan y eso te da un bienestar.* - Respecto a la imagen que construyen sobre el éxito es toda aquella que contempla cualidades como la de mostrar disposición y una apariencia agradable que permitan legitimar un estado de felicidad.

El grupo no profesional o de oficio que son los albañiles plantean que el éxito es tener una familia formada por esposa e hijos donde la principal función del éxito es la de compartir por lo cual a partir de esta información consolidada su actitud formada por el valor de la benevolencia en sus palabras mencionan que *—el éxito es simplemente... hacer alguna ayuda igual para los que vienen, porque te digo, si yo me miro para atrás lo que fui, yo soy muchos, los que también tienes ese conflicto y pos echarnos la mano, nada más.* - A pesar de que también señalan la postura individualista sobre el éxito, enfatizan más los aspectos grupales y de colaboración debido a su desempeño en su actividad laboral la cual se ejerce desde un trabajo en equipo para lograr un objetivo muy concreto como es el construir algún bien inmueble. Perciben una sensación de orgullo de sí mismos al logro de sus metas por lo que consideran parte de la imagen del éxito el tener una buena autoestima y que se refleje en un estado positivo de ese logro a través de la felicidad y el ser buena onda con todos en sus palabras *—el ser una persona exitosa es ser buena onda, hora si que se lleva bien con todos, no es tacaño ni nada de eso, ser a todo dar*- El ícono con el que simbolizan al éxito es el de trabajo y títulos, este último hace referencia al ascenso en rango o puesto que desempeñan dentro de su

campo laboral la siguiente frase ejemplifica este aspecto de una manera muy clara – *tener éxito para mi es ser oficial, ahorita soy sólo chalán, llegar a ser oficial o maestro, para seguir adelante...; ...porque pues el éxito, el éxito en si en sí, es para muy poquitos, ya exitosamente, pero el que se cree exitoso, es estable nada más, porque tarde o temprano baja otra vez, le cuesta volver a llegar hacer apertura donde estaba porque el éxito no es para siempre, no más es una rachita temprana y ya-*

En una visión generalizada se puede apreciar respecto a la actitud, que los entrevistados expresaron una disposición u orientación favorable hacia el concepto de éxito señalando como principal característica el individualismo, resaltando las emociones o estados de ánimo como son; la felicidad y la satisfacción, como factores determinantes para el bienestar, provocando el sentir un alto orgullo de sí mismo. Esta visión implica que su conducta sea orientada a gestionar continuamente procesos y actividades relacionadas con la preparación para conseguir sus objetivos y le hagan sentir un sujeto exitoso.

El segundo elemento de la representación que es la información sobre el concepto de éxito muestra variaciones entre los grupos de entrevistados, tanto en calidad como en cantidad, principalmente al distinguir entre el grupo de profesionistas formado por contadores y psicólogos y el de oficio donde se ubica a los albañiles. Estas variaciones en la formación del concepto “éxito” son debidas principalmente al acceso a la información que tiene cada uno de acuerdo a su pertenencia grupal y ubicación social, relacionado con la información escolarizada y la experiencia, como dice Bourdieu a su “capital cultural”.

El campo de representación, hace referencia a la ordenación y a la jerarquización de los elementos que configuran el contenido de la misma. De acuerdo a los resultados obtenidos el núcleo figurativo es el “trabajo” y la “felicidad”, asignando significado a los demás elementos presentes como: títulos, recreación, individualismo, egoísmo, autoestima y disposición.

Conclusión

De acuerdo a la investigación realizada, el trabajo está actualmente funcionando como un símbolo de éxito y para que éste sea válido debe de poseer algunas cualidades como: ser acorde a la capacitación recibida, su remuneración de acuerdo a la responsabilidad que se tenga, horarios que permitan tiempo de recreación, facilidades para realizar actividades de capacitación y ascenso, percepción económica suficiente para satisfacer necesidades de acuerdo al contexto en el que se encuentre y un ambiente laboral agradable. Como se puede observar muchas de estas cualidades no están a cargo únicamente del esfuerzo o dedicación del individuo; la situación laboral actual pareciera hacer peso en dirección opuesta, lo que genera frustración y desanimo en las personas que a pesar de estar dispuestas y deseosas del éxito y con ello su bienestar no logran alcanzarlo haciéndoles sentir fracasados o en constante estrés para alcanzar sus metas, por ello es peligroso realizar asociaciones como la siguiente: sí trabajo más duro, tendré más éxito y sí tengo más éxito, seré más feliz y estaré bien, debido a que el bienestar no se puede reducir al logro de un objetivo debido a que este concepto es mucho más amplio y complejo de lo que aparenta lo cual puede provocar confusiones y frustraciones por no llegar a lo prometido por el sistema social que promueve el máximo rendimiento y competitividad en favor del avance tecnológico y científico. De seguir la lógica de la arriesgada asociación que suele hacerse sobre todo en las áreas de formación profesional se estará gestando poblaciones infelices debido a que cuando logren el éxito siempre tendrán una nueva meta y por tanto volverán a estar lejos de la felicidad y el bienestar que anhelan y por ello se aventuran en la carrera hacia el éxito. Ahora bien también es importante no perder de vista el hecho de que la humanidad en su gusto por los promedios y normalidades puede llegar a dominar a través de algunas ciencias humanas las emociones y el estado de bienestar dictando el deber ser de estos aspectos para llegar a una uniformidad y con ello a un mayor ejercicio del poder sobre ésta. Los sistemas de gobierno y económicos ya no solo sugieren las formas correctas y adecuadas de vivir sino también la forma en cómo se debe sentir y buscar la felicidad, para la cual proponen al éxito como el medio ideal. Al observar los resultados obtenidos en esta investigación se aprecia una posible explicación a la creación de tantas profesiones, cursos, diplomados, talleres, especialidades etc que son la respuesta a la

población que en su mayoría agencia como ícono del éxito a la obtención de títulos o grados por medio de los cuales expresan más allá del deseo de superación la búsqueda de su realización, bienestar y reconocimiento social. Es necesario el despertar de conciencias para provocar de poco en poco un cambio significativo a favor del bienestar humano y no del económico.

Bibliografía

- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México, México: Paidós Mexicana.
- Ansa Eceiza, M. M. (2008). *Ecocri 2008 XI Jornada de Economía Crítica*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de pendiente demigración: <http://www.pendientedemigracion.ucm.es>
- Clemente Díaz, M. (1992). *Psicología Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. España: EUDEMA.
- Clemente Díaz, M. (1992). *Psicología Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. España: EUDEMA.
- Croci, P., & Vitale, A. (2011). *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires: La marca editora.
- Croci, P., & Vitale, A. (2012). *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires, Argentina: La marca editora.
- DeGovia, G. (1972). *Psicología y Autogestión* (1a. Edición ed.). D.F., México: Ediciones Ciencia Internacional.
- Díaz, C. (1992). *Psicología social. Métodos y Técnicas de investigación*. Madrid, España: Eudema.
- Doise, W. (Abril-Junio de XLV). Tensiones y explicaciones en psicología social experimental. *Revista Mexicana de Sociología*, XLV(2), 659-686.
- Estramiana, J. (1995). *Psicología Social: perspectivas teóricas y metodológicas*. Madrid, España: S.XXI de España.
- Flores, Z. (15 de Agosto de 2014). Pobres jóvenes: mal pagados o desempleados. *El Financiero*, pág. Economía.
- Fromm, E. (2013). *¿Tener o ser?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio* (Primera Edición ed.). (A. Saratxaga Arregi, Trad.) Barcelona, España: Herder.
- Han, B.-C. (2014). *La agonía del Eros*. Barcelona : Herder.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1998). *Metodología de la investigación* (5a. Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- Ibañez Gracia, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona, España: Sendai.
- INEGI. (2012). Bienestar Subjetivo. *BIARE*. México.
- INEGI. (21 de Noviembre de 2012). *Comunicado de Prensa. Indicadores Macroeconómicos del sector Público*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2013, de Boletín de prnsa Núm 431/12: www.inegi.org.mx
- INEGI. (s.f.). *INEGI Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2013, de Bienestar subjetivo: www.inegi.org.mx

- Jodelet, D. (1988). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología Social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona, España: Paidós.
- Katona, G. (1965). *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid, España: Rialp.
- Lipovetsky, G. (2008). *La sociedad de la decepción. Entrevista con Bertrand Richard*. Barcelona : Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2013). *La Felicidad Paradójica* . México: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2014). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona : Anagrama.
- López, A. (2010). *El éxito sostenible a través del error*. España: Diaz de Santos.
- Moscovici, S. (1979). *La psychanalyse son image et son public*. (N. M. Finetti, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Moscovici, S., & Hewstone, M. (1988). De la ciencia al sentido común. En S. Moscovici, *Psicología social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona, España: Paidós.
- Nils, F., & Rimé, B. (2003). L'ínterview. En S. Moscovici, & F. Buschini, *Les Méthodes des Sciences Humaines* (R. Acosta, D. Rodríguez, & S. Sánchez, Trans.). Paris: PUF.
- OCDE. (2012). *Better Life Index*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2013, de Tu índice para una vida mejor : www.oecdbetterlifeindex.org/es/about/better-life-initiative
- OCDE. (s.f.). *OCDE Mejores políticas para una vida mejor*. Recuperado el 1 de 12 de 2013, de La OCDE - Organisation for Economic Co-operation and Development: www.ocde.org
- ONU. (s.f.). *Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2013, de "Modelos de consumo y producción". El problema: www.un.org/spanish/conferences/wsd/modelos-ni.html
- Paéz, D., Valencia, J., Morales, J., Sarabia, B., & Ursua, N. (1990). *Teoría y método en psicología social*. Barcelona, España: Anthropos.
- Paéz, D., Valencia, J., Morales, J., Sarabia, B., & Ursua, N. (2009). *Teoría y método en psicología social*. España: Anthropos.
- Panóptico Social. (04 de Febrero de 2013). Representaciones sociales. México.
- Quiroz Palacios, A. (2011). *Teorías y escalas de actitud*. México: Dirección de fomento editorial. BUAP.
- Quiroz Palacios, A. (2014). *Ciudadanía, movimientos sociales y resistencia en México*. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla .
- R., A. (2002). *Tres miradas sobre el arte*. Madrid, España: Destino.
- Rivera López, O. (Agosto de 2011). Se vale querer más. *Dinero Inteligente*, 4(21), 70-74.
- Robertson, I. (2012). *The winner effect. How power affects your brain*. Londres: Bloomsbury.

- Romero Rodríguez , E. (2014). Metodología Cualitativa . *Antología* . Puebla, México.
- Romero Rodríguez , E., Álvarez Bermúdez, J., de Alba, M., Jodelet, D., Uribe Patiño, J., Acosta Ávila, T., . . . Palmonari , A. (2004). *Representaciones Sociales. Atisbos y cavilaciones del devenir de cuatro décadas* (Primera Edición ed.). (E. Romero Rodríguez, Ed.) Puebla, México: Dirección General de Fomento Editorial. BUAP.
- Romero Rodríguez , E. (2004). El psicoanálisis, su imagen y su público: un rizoma. En E. Romero Rodríguez (Ed.), *Representaciones sociales. Atisbos y cavilaciones del devenir de cuatro décadas* (1a. edición ed.). Puebla, México: Fomento editorial BUAP.
- Sallenave, E. (2011). *Informe encuesta éxito*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de DIRCOM: www.revistadircom.com
- Sandoval Casilimas, C. (2002). *Investigación Cualitativa*. Bogotá Colombia: ARFO.
- Selligman, M. (Julio de 2008). Psicología Positiva. TED.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. México: Planeta .
- SEP. (2010). *Geografía* . DF, México, México: Comisión de Textos Gratuitos.
- Wikipedia*. (2014). Obtenido de www.wikipedia.org
- Zelizer, V. (2011). *El significado social del dinero*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA SOCIAL

La Facultad de Psicología de la BUAP y la Maestría en Psicología Social está realizando un estudio sobre las Representaciones Sociales del éxito y sus símbolos. Por tal motivo solicitamos su valiosa colaboración, los datos que usted nos proporcione son anónimos y confidenciales.

A continuación se presentan preguntas con diferentes opciones, favor de subrayar la opción que le parezca más adecuada.

1. ¿Qué es el éxito?

- a. Una actitud
- b. Superación
- c. Cumplir un objetivo
- d. Obtener reconocimiento
- e. Tener poder económico
- f. Tener poder público
- g. Salir airoso de una situación difícil
- h. Otro ¿cuál? _____

2. ¿Cuál es el símbolo de éxito de esta época?

- a. Lograr un buen trabajo
- b. Ganar más dinero
- c. Tener una familia feliz
- d. Poder acceder a mejores bienes
- e. Tener estudios de posgrado
- f. Tener muchos amigos, ser reconocido, ser popular
- g. Otro ¿cuál? _____

3. ¿Qué es necesario hacer para obtener éxito?

- a. Esfuerzo
- b. Apariencia atractiva a los demás
- c. Buenas relaciones
- d. Corromper
- e. Sentido de vida
- f. Estudios de posgrado
- g. Otro ¿cuál? _____

4. ¿Qué consecuencia tiene el éxito?

- a. Felicidad
- b. Satisfacción
- c. Soledad
- d. Vacío existencial
- e. Fama
- f. Posición económica alta
- g. Bienestar
- h. Rechazo
- i. Ambición
- j. Otro ¿cuál? _____

5. ¿Cuál es la característica del éxito?

- a. Bienestar
- b. Placer
- c. Tener buenas relaciones con los demás
- d. Dar sentido a la vida
- e. Otro ¿cuál? _____

6. ¿Cuál es el principal valor relacionado con el éxito?

- a. Autodeterminación
- b. Estimulación
- c. Hedonismo
- d. Logro
- e. Poder
- f. Seguridad
- g. Tradición
- h. Conformidad
- i. Benevolencia
- j. Universalismo

7. ¿En qué área de su vida es exitoso?

- 1. Laboral
- 2. Familiar
- 3. Pareja
- 4. Amistades

- 5. Económica
- 6. Deportiva
- 7. Otra ¿Cuál? _____

¿Cuánto tiempo al día dedica a esta área de su vida? _____

8. ¿Qué siente cuando tiene éxito?

- a. placer
- b. poder
- c. euforia
- d. tristeza
- e. ganas de ayudar a los demás
- f. ganas de humillar y someter a los demás
- g. Otro ¿Cuál? _____

A continuación por favor escriba su respuesta a cada pregunta sobre la línea.

1. ¿Qué entiende por éxito?

2. ¿En qué momento se ha considerado exitoso?

3. ¿Cuáles serían las características de ser exitoso?

4. Mencione en orden de importancia 3 actividades que realice para obtener el éxito.

5. ¿Se siente exitoso? _____

¿Por qué?

¿Qué es lo que ha cambiado en su vida?

A continuación se presenta una lista de enunciados que deberá calificar de acuerdo a lo siguiente:

1 = Completamente de Acuerdo

2 = De Acuerdo

3 = Ni de Acuerdo Ni Desacuerdo

4 = Desacuerdo

5 = Completamente Desacuerdo

	CA	A	NA/ ND	D	CD
1. El éxito debe generar bienestar					
2. La imagen del éxito está vinculada al poder económico					
3. Las personas exitosas son constantes, entusiastas, creativas, pacientes, con iniciativa, leales y cooperativas.					
4. Las personas exitosas son corruptas, individualistas y convenencieras.					
5. Es posible tener éxito simultáneamente en todas las áreas de la vida (laboral, familiar, pareja, amistades, económico)					
6. Las personas exitosas son más felices					
7. El éxito genera un fuerte compromiso consigo mismo					
8. El éxito genera un fuerte compromiso con los demás					
9. El éxito genera un sentido de vida					
10. La apariencia física nos da el éxito					
11. Las personas que tienen buenas relaciones con los demás son exitosas					
12. El éxito puede ser alcanzado por cualquier persona					
13. El tener contacto con personas exitosas me hace ser más exitoso					

Anexo 2. Entrevista Semi estructurada. Preguntas guías.

1. ¿Qué objetivos te harían sentir exitoso?
2. ¿Qué satisfacciones te da el tener éxito?
3. ¿Qué es el bienestar?
4. ¿Cómo te ves siendo exitoso?
5. ¿El dinero que actualmente percibe le hace sentir exitoso? ¿Por qué?
6. ¿Cuál es la imagen del ser exitoso?
7. ¿A qué asocia la satisfacción del éxito?
8. ¿Qué significa el bienestar a partir del éxito?
9. ¿Qué siente cuando logra sus objetivos?
10. ¿Se considera una persona exitosa? ¿Por qué?
11. ¿Cuál es la emoción que le genera el ser exitoso?
12. ¿Qué le permite el dinero para saber que es exitoso?
13. ¿Qué hace para lograr sus objetivos?

Anexo 3. Tabla agrupación de preguntas

Preguntas entrevista (13)	Grupos de respuesta (8)	Campo RS (3)
1¿Qué objetivos te harían sentir como una persona exitosa? 2¿Qué satisfacciones te da el tener éxito? 3¿Qué es el bienestar?	Objetivos (1)	Información
	Satisfacciones (2)	
	Concepto Bienestar (3)	
4¿Cómo se ve siendo una persona exitosa, cómo se describiría? 5¿El dinero que actualmente percibe le hace sentir exitoso? ¿Por qué? 6¿Cuál es la imagen del ser exitoso? 7¿A qué asocia la satisfacción del éxito? 8¿Qué significa el bienestar a partir del éxito?	Imagen persona exitosa (pregunta 4, 6, 10)	Representación
	Influencia éxito en bienestar (7, 8)	
9¿Qué siente cuando logra sus objetivos? 10¿Se considera una persona exitosa? ¿Por qué? 11¿Cuál es la emoción que le genera el ser exitoso? 12¿Qué le permite el dinero para saber que es exitoso? 13¿Qué hace para lograr sus objetivos?	Siente (9, 11)	Actitud
	Uso dinero (5, 12)	
	Hacer para logro (13)	

Anexo 4. Entrevista representativa por grupo

Entrevista al contador Constantino Morales Muñoz

Edad: 27 años

-Entrevistador: ¿Qué es para ti el éxito?

- Entrevistado (a): Es un logro en la vida, no sé, son metas que uno se propone, entonces derivado de las metas viene el éxito que se propone

-Entrevistador: ¿Cuáles serían tus metas u objetivos en tu vida que te hacen sentir exitoso?

- *Entrevistado (a):* Pues, no sé, tal vez, tener, primero que nada tener salud, tener después una familia que ya la voy a tener eso conlleva el éxito y las metas y después no sé tener un trabajo digno y cumplir con mis expectativas

-Entrevistador: Y cuáles serían esas expectativas?

- *Entrevistado (a):* Pues a lo mejor económicas, a lo mejor personales, este pues creo que nada más.

-Entrevistador: Qué satisfacciones te da el tener éxito?

- *Entrevistado (a):* Pues, tranquilidad eee yo creo que estar física o mentalmente bien porque el éxito es no tener problemas o a lo mejor sí pero para mí no.

-Entrevistador: En qué consistiría para ti el bienestar?

- *Entrevistado (a):* Un bienestar es... el estar bien en sí mismo, no lo sé, bienestar emocional, económico, laboral, familiar.

-Entrevistador: Crees que el éxito te pueda permitir tener bienestar? ¿Por qué?

- *Entrevistado (a):* Sí claro!, Porque el ser una persona exitosa es cumplirse metas y objetivos. Estar bien en muchas cosas. Estar bien.

-Entrevistador: Cómo te describirías siendo una persona exitosa.

- *Entrevistado (a):* Líder, responsable, objetivo, mmm... qué más

-Entrevistador: Algún otro atributo físico además de las mencionadas o bastaría con estas cualidades?

- *Entrevistado (a):* Yo creo que sí, también lo físico es importante, sí sí, claro, es importante estar físicamente bien.

-Entrevistador: Cómo sería para ti el estar físicamente bien?

- *Entrevistado (a):* Pues no sé... una alimentación saludable, hacer ejercicio, pues estar en el peso ideal

-Entrevistador: El dinero que actualmente percibes te hace sentir exitoso?

- *Entrevistado (a):* Sí, ciertamente sí. Si está bien, por las responsabilidades que tengo yo creo que es suficiente y si alcanza. Si cubre la necesidad.

-Entrevistador: Cuáles serían las necesidades que cubriría?

- *Entrevistado (a):* Mensualidad del auto, la alimentación, el vestido, tal vez a lo mejor irnos de vacaciones, si claro, el éxito tiene mucho que ver con las satisfacciones económicas.

-Entrevistador: Cuál sería para ti la imagen de una persona exitosa?

- *Entrevistado (a):* Si lo hay y es dentro del despacho, a lo mejor es su liderazgo, preparación, muchas cosas a lo mejor como jefe que nos trasmite y quisiéramos algún día quisiéramos llegar a ser como él y sé que es cuestión de experiencia, la preparación.

-Entrevistador: Cómo es?

- *Entrevistado (a)*: Pues la puntualidad, responsabilidad, hay que tomar todo lo buena de la persona y llevarlo a cabo.

-**Entrevistador**: A qué asocias la satisfacción de tener éxito?

- *Entrevistado (a)*: A qué lo asocio? Porque me siento bien emocionalmente, sí me propongo metas a corto plazo y lo asocio con el éxito. Físicamente estoy bien eee en la salud estoy bien

-**Entrevistador**: Qué sientes cuando logras tus objetivos?

- *Entrevistado (a)*: Mmmm... siento una satisfacción bien. Qué puedes lograr otros objetivos, que sí puedes, que se tiene la actitud y eso te conlleva a ponerte nuevas metas.

-**Entrevistador**: Cuál es la emoción que te genera el tener dinero a partir de ser exitoso?

- *Entrevistado (a)*: Alegría, sí claro el tener una estabilidad económica medio y cumplir con todas tus obligaciones se siente padre, bien, relacionado con mis metas y objetivos.

-**Entrevistador**: Qué tanto dura esa emoción?

- *Entrevistado (a)*: Pues, jajaja. Es perdurable aunque se acaba el dinero en dos o tres días pero perdura y se trata de planeación para que alcance el dinero. Hay que saber ser organizados y tener una buena planeación con el dinero.

-**Entrevistador**: Te consideras una persona exitosa?

- *Entrevistado (a)*: Sí, claro que sí. Porque en primer lugar me titulé y fue una de las metas en mi vida porque tuve muchos obstáculos en mi carrera entonces estuve a punto de dejarla, entonces regresé y pues mi primera meta y objetivo era titularme y conllevaba el ir y tener un trabajo más acorde a mi carrera y que siempre me ha gustado y actualmente me sigue gustando y le pongo mucho empeño y en unos años me visualizo en una empresa mayor, es mi sueño dorado.

-**Entrevistador**: Cuál es la emoción que te genera el ser exitoso?

- *Entrevistado (a)*: Alegría

-**Entrevistador**: Qué te permite el dinero para saber que tienes éxito?

- *Entrevistado (a)*: El tener y pagar una tarjeta de crédito, el vestido, alimento.

-**Entrevistador**: Qué haces para lograr tus objetivos?

- *Entrevistado (a)*: Qué hago... pues todos los días el recordar que tengo objetivos y que tengo que cumplir ciertas actividades al hacerlas bien con responsabilidad.

Entrevista a la Maestra en Psicología Clínica Marisol Poblano Pérez

Edad: 37 años

-**Entrevistador**: ¿Qué objetivos te hacen sentir como una persona exitosa?

- *Entrevistado (a)*: Para mí, éxito es tener una buena calidad de vida, son cosas que me permitan disfrutar de la vida, realizarme profesionalmente, dar a las demás personas, sentir que dejo una huella en este mundo, como que todo lo que vaya encaminado a eso son cosas que para mí ya fueron exitosas. Y obvio que me puedan permitir una buena calidad de vida.

-**Entrevistador**: Cuáles serían esas cosas que te permitirían una buena calidad de vida?

- *Entrevistado (a)*: Una buena calidad de vida es vivir con lo suficiente sin estarme estresando por pagar cuentas, qué voy a comer o qué voy a hacer el día de mañana, a lo mejor que me permita tener lo suficiente, tener previsibilidad es importante, todas aquellas cosas donde siento que mi aportación es importante, no sé a través de mi trabajo decir esto que aprendí está sirviendo para esto y hace que a su vez los demás estemos teniendo una satisfacción y calidad de vida.

-**Entrevistador**: Qué satisfacción te da el tener éxito?

- *Entrevistado (a)*: Primero bienestar, sí yo tengo bienestar y me refiero a me siento tranquila, disfruto lo que hago, recibo tanto en lo afectivo como en lo económico y lo material lo justo estoy del otro lado.

-**Entrevistador**: En qué consiste para ti el bienestar?

- *Entrevistado (a)*: MMmmm... pues esas cosas que me permiten disfrutar la vida, tener tiempo para mí, para mi familia, para mi trabajo, tener mis tiempos.

-**Entrevistador**: Cómo te podrías describir?

- *Entrevistado (a)*: Soy una persona comprometida, puntual, amorosa, trabajadora, inteligente, sencilla y carismática. (Risas)

-**Entrevistador**: Te consideras una persona exitosa?

- *Entrevistado (a)*: Sí

-**Entrevistador**:Cuál sería para ti la imagen de una persona exitosa?

- *Entrevistado (a)*: Una persona exitosa es la que se ve feliz, transmite esa energía, tiene esa actitud, principios, pone corazón en las cosas y no importa si es barrer la calle lo hace con todo corazón, con todas las ganas, le da sentido de vida. Sí hablamos de un gran empresario pues sería que pueda llegar a su casa, dormir tranquilo, tener una familia. Y no como un político al que le salen todas las cosas y no puede vivir con eso aunque tenga todo el dinero. Para mí es eso que haga lo que le guste e irradie esa felicidad.

-**Entrevistador**: ¿Qué sientes cuando logras tus objetivos?

- *Entrevistado (a)*: Obviamente felicidad y plenitud, pero como que soy un poquito exigente porque nomas es un ratito y mi mente que es creativa lo ve como ¡ay! Qué bonito y lo disfruto pero me pongo algo más, soy muy inquieta. He logrado muchas cosas y me faltan muchas. Parte de ser exitosa es seguir proponiéndome nuevas cosas.

-**Entrevistador**: Habría algún símbolo para el éxito?

- *Entrevistado (a)*: Lo relaciono con energía, plenitud, bienestar. Algo que irradia luz, una lámpara, lo comparte.

-**Entrevistador**: Qué papel juega el dinero en este bienestar?

- *Entrevistado (a)*: Bien dice el dicho que el dinero no es la felicidad pero cómo ayuda. Soy mala para los números, no me gusta ponerle una cifra por ejemplo mi auto que podría tener uno mejor pero si eso me cuesta no dormir o estar preocupada por pagarlo prefiero quedarme con el que tengo que además funciona muy bien.

-**Entrevistador**: Para ti podrían existir personas exitosas pero sin dinero?

- *Entrevistado (a)*: Yo creo que debes de tener lo suficiente, no puedes ser exitoso estando endeudadísimo, ósea no puedo relacionarlo el que sea exitoso pero que no tenga una previsibilidad. Debe de tener lo necesario. No es la primera medida pero yo sí creo que el dinero llega por añadidura cuando haces cosas que te gustan.

-**Entrevistador**: Cuál es la emoción que te genera el tener dinero a partir del éxito?

- *Entrevistado (a)*: Sensación de plenitud. He ido logrando objetivos y el dinero ha ido llegando. Es como un regalo, como algo que sobró.

-**Entrevistador**: En qué sueles invertir o utilizar el dinero que obtienes?

- *Entrevistado (a)*: Lo primero es una calidad de vida es decir una casa, un lugar donde vivir que sea agradable, la alimentación que es básica, poder comer bien, cosas que me gustan y me nutran, tener un transporte que no me ande dejando, que me de comodidades, sí sobra me gustaría invertirlo en cosas que sean activos no pasivos como un terreno, una construcción, no invertiría en un auto que se va a devaluar. En cosas que generen.

-**Entrevistador**: Qué tipo de actividades realizas para alcanzar tus objetivos?

- *Entrevistado (a)*: Trabajo mucho, estee... comparto mucho, trato de ser compartida, actualizarme, sueño, hago oración, creo mucho en esa parte sí me tocan cosas no tan buenas que me ayuden a aprender y si son buenas que me ayude a disfrutarlas.

-**Entrevistador**: Te consideras una persona exitosa?

- *Entrevistado (a)*: Si, porque desde que era chiquita tuve muchas visiones y ahora se dan. Todas esas cosas las he logrado y me faltan varias más.

Entrevista al albañil Ricardo Coyotl Adrián

Edad 32

-**Entrevistador**: Me puedes decir tu nombre completo, por favor

- *Entrevistado (a)*: Ricardo Coyotl Adrián

-**Entrevistador**: tu edad?

- *Entrevistado (a)*: 32

-**Entrevistador**: dónde vives?

- *Entrevistado (a)*: en San Antonio Cacalotepec, Puebla, Puebla

-Entrevistador: me podrías decir para ti qué es el éxito?

- *Entrevistado (a):* mmh, es seguir trabajando, bueno para mi es seguir trabajando y progresando poco a poco, pos hora sí que es para todos

-Entrevistador: Hee...qué objetivos tienes para trabajar o cuando trabajas? cuales son como tus metas o qué es lo que quieres?

- *Entrevistado (a):* pos, este, seguir trabajando para que algún día seamos maestros, es lo que a mi me gustaría

-Entrevistador: tu ahorita eres?

- *Entrevistado (a):* oficial

-Entrevistador: oficial, ok!...qué satisfacciones o cosas da el tener éxito?

- *Entrevistado (a):* cómo?

-Entrevistador: qué cosas puede dar el ser exitoso?

- *Entrevistado (a):* que cosas?, no te sabría contestarte eso, ni idea

-Entrevistador: ok..qué es para ti el bienestar?

- *Entrevistado (a):* he, toda la familia, que estemos todos contentos y felices

-Entrevistador: eso es muy bonito, cómo te imaginas tu siendo una persona exitosa?

- *Entrevistado (a):* yo me imagino que acabando bien mi casa, pues ya es lo único que más deseo ahorita

-Entrevistador: el dinero que actualmente ganas te hace sentir exitoso?

- *Entrevistado (a):* heee.... Pues si un poco, pero este, uno siempre quiere ganar más, siempre

-Entrevistador: un poquito más nunca está de más

- *Entrevistado (a):* si, nunca está de más

-Entrevistador: ok.. Consideras alguna persona que tu creas que es exitosa? Digas esa persona se me hace súper exitosa?

- *Entrevistado (a):* pues... mi patrón hora sí que me llevo bien con él, si poco a poco vamos trabajando sobre de todo

-Entrevistador: y porque crees que es exitoso?

- *Entrevistado (a):* ya tiene su empresa, se puede decir poco a poco, se va haciendo poco a poco más grande, si

-Entrevistador: ok, qué sientes cuando logras tus metas?

- *Entrevistado (a):* pues se siente bonito, si

-Entrevistador: y qué emoción tienes cuando obtienes tu dinero a partir de tu trabajo?

- *Entrevistado (a):* pos, alcanza para otras cosas más, para la familia, o sea para todo y un poco más para la casa

-Entrevistador: tú crees, que el éxito influya en el bienestar? Qué el éxito puede aportar algo al bienestar?

- *Entrevistado (a):* pienso que si un poco, pues nos llevamos bien entre familia

-Entrevistador: en qué se puede usar el dinero para demostrar que una persona es exitosa?... en qué se puede gastar o usar el dinero para mostrar a los demás que es exitosa?

- *Entrevistado (a):* mmmh... no sabría yo, hora sí que yo me lo gasto pa mi casa, nada más y con la familia, para todos, si para la escuela, así nos gusta

-Entrevistador: ok!, Te consideras una persona exitosa?

- *Entrevistado (a):* pues para mí no mucho todavía, necesito llegar todavía mucho más, jijji, trabajando

-Entrevistador: ser maestro?

- *Entrevistado (a):* si

-Entrevistador: y finalmente, que haces para lograr tus metas? Por ejemplo el llegar a ser maestro

- *Entrevistado (a):* trabajar y hora sí que cuando me dan un trabajito pequeño, hacerlo poco a poco, si

-Entrevistador: pues eso es todo muchas gracias ... Ricardo verdad?

- *Entrevistado (a):* si! gracias a ti,

CONTADORES	CÓDIGO
<p>DISCURSO TEXTUAL QUÉ OBJETIVOS TE HARÍAN SENTIR COMO UNA PERSONA EXITOSA</p>	
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Pues, no sé , tal vez, <u>tener</u>, primero que nada tener <u>salud</u>, tener después una <u>familia</u> que ya la voy a tener eso conlleva el éxito y las metas y después no sé tener un <u>trabajo digno</u> y cumplir con mis <u>expectativas</u> -Entrevistador: Y cuáles serían esas expectativas? - <i>Entrevistado (a)</i>: Pues a lo mejor económicas, a lo mejor personales, este pues creo que nada más.</p>	<p><u>Áreas de bienestar</u> (placer, compromiso y sentido de vida) <u>Función</u> Medios <u>Símbolos</u> Finalidad</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: pues <u>trabajar en lo que realmente estudie</u>, porque antes tenía un trabajo que no, nada que ver -Entrevistador: a ok! - <i>Entrevistado (a)</i>: pues sí, <u>estudiar</u> y <u>ejercer</u> lo que estudié.</p>	<p>_____</p> <p style="text-align: center;"><i>memos</i></p> <p>_____</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: pues no sé, <u>plantearme este, metas u objetivos</u>, no sé a corto o largo plazo y pues poderlos <u>cumplir</u> precisamente dentro del tiempo que yo contemple, este poderlos realizar -Entrevistador: ¿me podrías compartir algunos? Uno o dos objetivos que tengas como en mente? - <i>Entrevistado (a)</i>: hee!.. Objetivos....pues, bueno principalmente pues lo <u>material</u>, ahorita pues que sería: <u>una casa</u>, con cualquier tipo de <u>crédito</u>, cualquier medio una casa y en lo <u>personal</u>, pues estar <u>estable</u> no! ya emocionalmente</p>	<p>Los objetivos que harían sentir a los contadores como personas exitosas son mayoritariamente el área material relacionada al placer, después el compromiso a través del trabajo que le da sentido de vida.</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: heee... el éxito en cuestión profesional yo creo que ha sido en mi parte, el venir aquí y en primera no conocer la ciudad, no conocer transportes, no conocer gente, porque no conocía nada, y parte de mi éxito lo vivo día, en primera ubicar donde instalarme, ¡he!, mi éxito actual es encontrar un trabajo que me permita establecerme, sobretodo fungir como lo que realmente he estudiado tantos años. El hecho de venir aquí, preguntar: oye que camión me lleva a tal lugar, perderme, estar con el celular e ir ubicándome, yo creo que ha sido parte de mi crecimiento en ese aspecto, de mi éxito profesional, porque creo que no es fácil dejar todo y venir a buscar oportunidades, ¡este!, y que te vayan conociendo, que vayan conociendo tu trabajo, para mí ha sido parte de mi éxito, yo creo que mis objetivos han sido primordialmente el <u>darme a conocer</u>, ¡este!, como <u>profesionista</u>, pero yo sé que como profesionista yo debo de surgir desde abajo, <u>ubicando ciudad, ubicando gente, creciendo</u> más que nada.</p>	<p>La función del éxito implica principalmente el tener a través del conocimiento obteniendo símbolos como los títulos de capacitación. Al parecer en su mayoría consideran que cubriendo las tres áreas del bienestar a través del éxito llegarán a la felicidad y estabilidad.</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: -Entrevistador: pueden ser desde personales, pueden ser económicos, pueden ser he, he sociales, pueden ser no sé, ¿Qué objetivos? para ti dirías: estos pueden hacer que una persona se vea como exitosa o en mi caso, yo, o sea ser como exitosa - <i>Entrevistado (a)</i>:yo digo, ¡este! que, bueno pueden ser ¡este! <u>personales</u> y también <u>profesionales</u> -Entrevistador: personales.. ¿Cómo cuáles? - <i>Entrevistado (a)</i>: ...¡mmmh!..... ¡este! -Entrevistador: si, personales pueden ser: no sé casarse, ¡este! O no casarse, o tener como 50 amigos, no sé - <i>Entrevistado (a)</i>: ¡este! <u>... llevar</u> a la familia, el tenerla mejor <u>estable</u>, o llevarla día con día</p>	

<p>-Entrevistador: sí, sí está perfecto</p> <p>- Entrevistado (a): y pues profesionales a lo mejor, bueno ¡este! Para mí, seguir con capacitaciones ¡este!, y pues ¡este! a lo mejor para lo que vea en el trabajo y reciba otras capacitaciones, a lo mejor ir a la par con el trabajo</p>	
<p>- Entrevistado (a): pues sentirme bien</p> <p>-Entrevistador: ¡mmhh!,</p> <p>- Entrevistado (a): ... ¡esteee!...pues cumplir y ejercer mi profesión, porque por eso estudie y esa sería pues, la meta ¡no!, ¡este! Lograr y seguir ¡este! Pues desarrollándome como persona ¡no!, y como profesionista</p>	
<p>- Entrevistado (a): Tener una familia sana, estabilidad económica y estar bien de salud.</p> <p>-Entrevistador: Cómo sería una familia sana?</p> <p>- Entrevistado (a): En el aspecto físico</p>	
<p>- Entrevistado (a): Primero ser exitosa en lo que hago. Sentirme bien, plena, completa, no sé, ser feliz, este... a largo plazo tener una familia.</p> <p>-Entrevistador: Qué cosas te hacen sentir feliz?</p> <p>- Entrevistado (a): Que un trabajo me salga bien, cumplir un objetivo que me propongo no sé en el día por ejemplo terminar cierto trabajo que tengo que entregar o en la casa, aprender cosas nuevas.</p>	
<p>- Entrevistado (a): Primero que nada, ahorita aprender mucho, aprender bastante, eee, crecer, tanto económicamente como emocional y profesionalmente.</p> <p>-Entrevistador: Cuál de estos objetivos formen en ti la imagen de una persona exitosa?</p> <p>- Entrevistado (a): Personalmente porque de ahí se empieza la base para que tú tengas tus ideas bien centradas y bien fijas en lo que tienes y quieres hacer y posterior a eso vamos enlazando lo que más queremos.</p>	
<p>- Entrevistado (a): Tener una familia sana, estabilidad económica y estar bien de salud.</p>	

PSICÓLOGOS DISCURSO TEXTUAL QUÉ OBJETIVOS TE HARÍAN SENTIR COMO UNA PERSONA EXITOSA	CÓDIGO
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Bueno un objetivo que acabo de terminar, mi licenciatura, el próximo es la titulación, trabajar, no sé más adelante tener mi pareja y empezar una maestría y yo creo que todo eso se engloba en felicidad o se complementa.</p>	<p>Áreas de bienestar (placer, compromiso y sentido de vida) Función Símbolos Medios Finalidad</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: mhh.. yo creo que en este momento terminar la carrera -Entrevistador: amhh.. - <i>Entrevistado (a)</i>: Y ejercerla como yo quisiera... y mm! yo creo que si establecer un bien económicamente en ese aspecto -Entrevistador: como sería para ti ejercer esa carrera? - <i>Entrevistado (a)</i>: pues a mí me gusta muchísimo como la mercadotecnia y todo eso, entonces yo creo que entrar a una empresa que... bueno mi objetivo es una empresa así muy chiquita, entonces ayudarla a crecer, entonces eso a mí gustaría mucho eso</p>	<p style="text-align: center;"> <hr/> <i>Memos</i> <hr/> </p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: ok, la primera pues terminar la licenciatura, esa fue una de las metas, he concluí, la otra fue tener a los hijos, esa fue trabajar día con día y pues hay muchas más por cumplir. De las que tengo proyectadas es este seguir trabajando, preparándome, este haciendo una maestría, tomar algún diplomado, algo que me acerque ahorita más a la psicología, pero eso está como todavía en proyecto, no!, no la he llegado a concluir</p>	<p>Los psicólogos ven como un símbolo de éxito el tener un título de licenciatura, diplomado y/o maestría así como tener un estatus socio laboral.</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Bueno un objetivo que acabo de terminar, mi licenciatura, el próximo es la titulación, trabajar, no sé más adelante tener mi pareja y empezar una maestría y yo creo que todo eso se engloba en felicidad o se complementa.</p>	<p>Las funciones que asocian con el éxito son al igual que los contadores el de tener aunque en este caso en particular mencionan el terminar.</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Para mí, éxito es tener una buena calidad de vida, son cosas que me permitan disfrutar de la vida, realizarme profesionalmente, dar a las demás personas, sentir que dejo una huella en este mundo, como que todo lo que vaya encaminado a eso son cosas que para mí ya fueron exitosas. Y obvio que me puedan permitir una buena calidad de vida. -Entrevistador: Cuáles serían esas cosas que te permitirían una buena calidad de vida? - <i>Entrevistado (a)</i>: Una buena calidad de vida es vivir con lo suficiente sin estarme estresando por pagar cuentas, qué voy a comer o qué voy a hacer el día de mañana, a lo mejor que me permita tener lo suficiente, tener previsibilidad es importante, todas aquellas cosas donde siento que mi aportación es importante, no sé a través de mi trabajo decir esto que aprendí está sirviendo para esto y hace que a su vez los demás estemos teniendo una satisfacción y calidad de vida.</p>	<p>La finalidad del éxito la expresan como el disfrute de la vida a través del dinero que les provee el trabajo para sentirse libres de estrés.</p>
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Terminar la maestría, iniciar un diplomado y tener una pareja</p>	
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Una maestría.</p>	

<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: Una buena calidad de vida es vivir con lo suficiente sin estarme estresando por pagar cuentas, qué voy a comer o qué voy a hacer el día de mañana, a lo mejor que me permita tener lo suficiente. tener previsibilidad es importante, todas aquellas cosas donde siento que mi aportación es importante, no sé a través de mi trabajo decir esto que aprendí está sirviendo para esto y hace que a su vez los demás estemos teniendo una satisfacción y calidad de vida.</p>	
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: ok, la primera pues terminar la licenciatura, esa fue una de las metas, he concluí, la otra fue tener a los hijos. De las que tengo proyectadas es este seguir trabajando, preparándome, este haciendo una maestría, tomar algún diplomado, algo que me acerque ahorita más a la psicología, pero eso está como todavía en proyecto, no!, no la he llegado a concluir.</p>	
<p>- <i>Entrevistado (a)</i>: pues a mí me gusta muchísimo como la clínica y todo eso, entonces yo creo que entrar a un consultorio que... bueno mi objetivo es empezar a hacer mi cartera de clientes, entonces eso a mí gustaría mucho eso</p>	

OFICIO DISCURSO TEXTUAL QUÉ OBJETIVOS TE HARÍAN SENTIR COMO UNA PERSONA EXITOSA	CÓDIGO
<p>- Entrevistado (a): pues no seguir <u>siendo</u> siempre un <u>oficial</u>, sino un <u>contratista</u></p>	<p>Áreas de bienestar (placer, compromiso y sentido de vida)</p> <p><u>Función</u> Medios</p> <p><u>Símbolos</u> Finalidad</p>
<p>- Entrevistado (a): pos, este, <u>seguir trabajando</u> para que algún día seamos <u>maestros</u>, es lo que a mi me gustaría</p> <p>-Entrevistador: tu ahorita eres?</p> <p>- Entrevistado (a): oficial</p>	<p style="text-align: center;">—————</p> <p style="text-align: center;"><i>Memos</i></p> <p style="text-align: center;">—————</p>
<p>- Entrevistado (a): objetivos!</p> <p>-Entrevistador: o metas o planes, por ejemplo construir una casa, tener pareja</p> <p>- Entrevistado (a): haa!, pos construir bien mi <u>casita</u>, ahorita la estoy construyendo y me hacen falta unas cuantas cosas para terminarla</p>	<p>Abordan áreas como la material asociada al placer y la vida compromiso representada por su familia (esposa e hijos)</p>
<p>- Entrevistado (a): metas tenemos varias no, pero más que una meta, estar bien con <u>mi familia</u>, aparte tener una <u>casa</u> un hogar para nuestros <u>hijos y mi esposa</u></p>	<p>Destacan los símbolos o íconos como el obtener un grado mayor como maestro y una casa.</p>
<p>- Entrevistado (a): en mi <u>trabajo</u>, este, <u>dar todo lo de mí</u>, dar todo lo que este en mi alcance, en otras cosas <u>mi familia</u>, y cosas de deportes, mi <u>deporte</u> que hago</p> <p>-Entrevistador: qué deporte?</p> <p>- Entrevistado (a): béisbol</p> <p>-Entrevistador: mmmh!, que bien!</p> <p>- Entrevistado (a): si, serían.. hasta ahorita esas serían mis metas</p>	<p>La principal función que realizan es la de ser mas que la de tener.</p> <p>La finalidad del éxito la mencionan como vida y salud, realización de sueños y seguir para adelante.</p>
<p>- Entrevistado (a): ha!, si porque desde pequeño uno se recarga de unas cosas desde mente y las sigue</p> <p>-Entrevistador: mmh!, ahaa!</p> <p>- Entrevistado (a): aun así obstáculos tiene, pero <u>esfuerzo</u> llega y espera.. esos son los objetivos</p> <p>-Entrevistador: y cómo cual en específico tendrías tu?</p> <p>- Entrevistado (a): un ejemplo, este sería mm, un ejemplo para mí sería <u>económicamente</u>, si yo no tengo las posibilidades, pos ya vería yo he la forma, <u>trabajando</u> o no sé, pero el chiste sacando algún dinero extra para ir sacando esos objetivos <u>o pedir ayuda</u> a diferentes personas también que si me pueden echar la mano para llegar a esas metas u objetivos</p>	
<p>- Entrevistado (a): lo principal es estar bien con la <u>familia y trabajar</u> para llegar a <u>ser, ahora si que alguien importante</u></p>	
<p>- Entrevistado (a): mmmh!... no más <u>salir adelante</u> y <u>realizar mis sueños</u> que tengo</p> <p>-Entrevistador: cómo cuales sueños tienes?</p> <p>- Entrevistado (a): este, hacerme mi propia <u>casa</u></p>	

<p>- Entrevistado (a): pues... vida y salud, yo creo, es lo que más importa, porque ya lo material no interesaría, eso ya se viene dando pero con el tiempo, poco a poco, pero nada más sería eso</p>	
<p>- Entrevistado (a): este, ser oficial, ser oficial, ahorita soy sólo chalán, llegar a ser oficial o maestro, para <u>seguir adelante</u></p>	