

ANÁLISIS DEL ESTRÉS DE LA FUERZA DE VENTAS EN UN PERÍODO DE CRISIS ECONÓMICA¹

STRESS ANALYSIS OF SALES STAFF IN A PERIOD OF ECONOMIC CRISIS ANÁLISE O STRESS DA EQUIPE DE VENDAS EM UM PERÍODO DE CRISE ECONÓMICA

Gonzalo Luna Cortés²

FORMA DE CITACIÓN

Luna, Cortés G. (2015). Análisis del estrés de la fuerza de ventas en un período de crisis económica. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 13, núm. 1, p.165-177

JEL: M31, M39, M54

DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i1.344>

RESUMEN

Este trabajo analiza los efectos de las variables subyacentes de una situación crisis económica sobre el estrés del personal de ventas; específicamente se examina el caso de España. Para ello, se realizaron 150 encuestas a vendedores en la ciudad de Valencia, y se examinó el estrés y su relación con variables derivadas de la crisis. La relación entre los constructos se analizó a través de un Análisis Factorial Confirmatorio y Ecuaciones Estructurales. Los resultados indican que la percepción de un entorno poco estable y que ofrece pocas posibilidades laborales ejerce una influencia sobre el estrés de la fuerza de ventas. Por otro lado, muchos de los vendedores contratados por las empresas en la actualidad española

1. Artículo de investigación. Este trabajo forma parte de la tesis doctoral en Marketing “Análisis del estrés de la fuerza de ventas en un período de crisis económica”, adelantada en la Universitat de València y Universitat Jaume I de Castelló. Fecha de iniciación de la tesis: diciembre de 2012. Fecha de terminación: en proceso. Fecha de recepción del artículo: marzo 15 de 2014, fecha de aceptación: octubre 20 de 2014.
2. Diplomatura en ciencias empresariales, licenciatura en investigación y técnicas de mercado, Maestría en marketing e investigación de mercados, docente de planta de la Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla. Correo: Gonzalo.luna@uautonoma.edu.co

han sido formados en otras áreas y sienten una baja identificación con el puesto de trabajo, lo que también provoca un aumento de estrés. Con base en los resultados, la investigación concluye con una serie de directrices para mejorar la gestión en relación con la temática de análisis.

Palabras clave: estrés, identificación del trabajador, justicia percibida, incertidumbre.

Contenido: 1. Introducción, 2. Estrés del personal de ventas: concepto y evolución, 3. El estrés del personal de venta en la coyuntura actual española, 4. Metodología, 5. Resultados, 6. Conclusiones e implicaciones para la gestión.

ABSTRACT

This research analyzes the effects of the underlying variables of an economic crisis situation on the stress of sales staff; specific on the case of Spain is examined. A survey was performed between 150 sellers in Valencia (Spain), in order to examine seller's stress and its relationship with other variables that come due to the crisis. The results indicate that the perception of an unstable environment and offers few job opportunities exerts an influence on the stress of the sales staff. Moreover, currently in Spain, numerous hired sellers feel low job identification, since many of them have been educated in different areas and have low experience, what causes as well higher levels of stress. Based on the results, some management guidelines related to the topic of analysis are given.

Keywords: stress, worker identification, perceive injustice, uncertainty.

Content: 1. Introduction, 2. Seller's stress: concept and evolution, 3. Seller's stress in the current Spanish situation, 4. Methodology, 5. Results, 6. Conclusions and managerial implications.

RESUMO

Este artigo analisa os efeitos das variáveis subjacentes de uma situação de crise econômica sobre o estresse da equipe de vendas; especificamente o caso da Espanha é examinado. Para isso, 150 inquéritos foram realizados a vendedores na cidade de Valencia, e do stress e sua relação com variáveis derivadas da crise foi examinada. A relação entre os construtos foi analisada através de uma análise fatorial confirmatória e equações estruturais. Os resultados indicam que a percepção de um ambiente instável e oferece poucas oportunidades de trabalho exerce uma influência sobre o estresse da equipe de vendas. Além disso, muitos dos vendedores contratados por empresas do espanhol hoje foram formados em outras áreas e eles sentem uma identificação baixo com o estação de trabalho, que também leva ao aumento do estresse. Com base nos resultados, a pesquisa conclui com um conjunto de diretrizes para melhorar a gestão em relação ao objeto de análise.

Palabras chave: stress, identificação do trabalhador, justiça percebida, incerteza

Conteudo: 1. Introdução, 2. estresse do vendedor: conceito e evolução, 3. estresse do vendedor na situação vigente em Espanha, 4. Metodologia, 5. Resultados, 6. Conclusões e implicações gerenciais.

1. INTRODUCCIÓN

El desempleo en España aumento a un ritmo acelerado desde 2008 debido, en el 75% de los casos, al cese de actividad o a la morosidad de las empresas, sin hallarse desde los comienzos de la crisis ningún indicador de una mejora de la situación laboral, que se reconoce como precaria en todos los sectores de actividad, y geográficamente en todas las regiones del país (EPA, 2012; INE, 2012).

La recesión económica ha supuesto un cambio de gran importancia a todos los niveles de la economía (Berges, 2009), y ha influido en la estructura de las empresas, la organización de la fuerza de ventas y la percepción del entorno que tienen los propios vendedores. Así, la crisis ha afectado a la situación de la fuerza de ventas en España y, entre otras consecuencias, es remarcable la influencia que la coyuntura puede ejercer sobre el estrés del personal de ventas (Borrás, 2009).

Entre los factores principales, cabe destacar la incertidumbre sufrida por los vendedores, derivada de la posibilidad para muchos de perder su puesto de trabajo (Enrech, 2010); el aumento de la retribución basada en objetivos, que está siendo actualmente más utilizada por las empresas como forma de compensación de los esfuerzos de la fuerza de ventas (Atienza, 2009); y la baja identificación con el puesto de una gran cantidad de vendedores educados en distintas áreas (Nieto & Ramos, 2010), y que se pueden ver obligados a trabajar como personal de ventas, sin estar identificados con el puesto (Enrech, 2010).

A partir de las afirmaciones anteriores, en el presente trabajo se plantea la relación entre la incertidumbre que pueden estar sufriendo los vendedores españoles, debido a la situación eco-

nómica y el estrés de los mismos; la injusticia percibida por los vendedores, que pueden considerar los salarios bajos en relación con los esfuerzos que realizan, y cómo ello afecta al estrés; y, finalmente, la baja identificación con el puesto de vendedor, que muchos españoles se están viendo obligado a aceptar, y de igual forma, cómo dicho hecho puede afectar al estrés.

Para conseguir los objetivos de la investigación, se realiza una revisión de la literatura, focalizando en los antecedentes y consecuentes del estrés en la disciplina de la fuerza de ventas y los posibles efectos de la crisis sobre el estrés laboral.

Con el fin de contrastar las relaciones planteadas, se realizó un trabajo empírico, utilizando fuentes primarias, a través de un cuestionario estructurado. Se obtuvieron un total de 150 encuestas hechas a vendedores españoles.

Finalmente, se presentan los resultados, las conclusiones y las implicaciones para la gestión empresarial.

2. ESTRÉS DEL PERSONAL DE VENTAS: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN

Son muchas las investigaciones centradas en estudiar el constructo “estrés” dentro del ámbito laboral. En los años 70, empiezan a ser analizados sus efectos sobre los resultados generales de la actividad empresarial, por ejemplo Boles, Johnston & Joseph (1997), McGrach (1976), Organ (1979), Osman et al., (2006), Sarger (1991), Sanjeev& Sridhar (1993), Taylor, Pettijohn & Pettijohn (2000). Pero es en los ochenta y los noventa cuando aumentan las investigaciones en el área de marketing, con el objeto de entender cómo afecta a la fuerza de ventas, por ejemplo Bartol (1999), Behrman (1984), Boles, Johnston & Joseph (1997); Flaherty, Dahlsotrom & Skynner

(1999), Lazarus (1999), Organ (1990), Parasunaman (1982), Sarger, Yi & Frutrell (1998), y que forman el marco de investigaciones de los trabajos actuales.

Según Parasunaman & Alutto, 1984, p. 332, el estrés puede ser definido como “*una respuesta psicológica ante un disturbio experimentado por el individuo ante las demandas percibidas en el trabajo, o ante una restricción encontrada durante la labor del mismo*”. En la literatura, existe un claro consenso en los elementos principales que forman el estrés laboral. Dichos elementos son dos: (1) el conflicto de rol: diferencia entre la expectativa sobre el desempeño de su labor y la percepción sobre las evaluaciones de ésta; y (2) la ambigüedad del rol: inadecuada cantidad de recursos e información para desempeñar el trabajo (Kahn, et al., 1964; Rizzo, Jouse & Lirtzman 1970; Boles, Johnston & Joseph, 1997; Taylor, Pettijohn, & Pettijohn, 2000; Tracy & Neidermeyerb, 2004).

Así, mientras que el conflicto de rol se debe en la mayoría de los casos a la forma de organización jerárquica de la empresa en la que el vendedor puede recibir instrucciones de distintos superiores, y de forma diferente, la ambigüedad de rol se debe a una falta de organización y recursos en la empresa debido en ocasiones a cambios rápidos que se producen en el seno de la organización y que a veces son causados por un entorno inestable, que puede llevar a cambios de tipo técnico, provocándose el estrés a través de un aumento de la ambigüedad de rol del vendedor (Berhman & Perreault, 1986; Rizzo, Jouse & Lirtzman, 1970; Kevin, McNeill & Russ, 2000; Chang, 2005).

En la literatura, las investigaciones en torno al constructo “estrés” han abarcado el estudio de sus antecedente, por ejemplo Adams (1965), Boles, Johnston & Joseph (1997), Cameron, Jeffrey & James, (1996), Osman et al., (2006) y Chang,

(2005), y sus consecuencias, por ejemplo Patton & Questell (1986) Singh, Goolsby & Gary, (1994), Taylor, Pettijohn & Pettijohn (2000). En relación a las consecuencias producidas por el estrés, la literatura identifica estudios centrados en analizar sus efectos sobre el auto-estima, la socialización y el bienestar mental del individuo; sobre su insatisfacción en el trabajo, desmotivación sobre su falta de energía; sobre los conflictos con otros individuos a distintos niveles de la organización, sobre las ventas de la empresa (Tracy & Neidermeyerb, 2004) En todos los casos, las consecuencias del estrés son muy negativas, sobre todo para la organización (Cuevas, 2009).

Desde el punto de vista de los antecedentes, cabe destacar que las características propias de los vendedores y su vida familiar, tienen una influencia importante en el estrés sufrido en el trabajo (Boles, Johnston & Joseph, 1997; Osman et al., 2006; Cuevas, 2009).

Sarger & Wilson (1995) señalan que la fuerza de ventas soporta mucho estrés debido a las características propias del trabajo. En el estudio de Goolsby (1992) se destaca el hecho de que los vendedores trabajan en un ambiente en el que los resultados están controlados en todo momento, y son las ventas las que delimitan en muchos casos el rendimiento del vendedor para sus superiores. Además, debido a la importancia de la fuerza de ventas en los resultados de la empresa, éstos reciben una presión continua por parte de los directivos (Goolsby, 1992; Nigel, Pierce & Nikala, 2001). Sin olvidar la presión que en ocasiones ejercen los clientes, viéndose obligados a solucionarles problemas sin ser los responsables, y sin disponer de los recursos para atenderlos debidamente (Sarger & Wilson, 1995). Así, tanto la presión, la falta de recursos y el poco control de las responsabilidades del vendedor son antecedentes del estrés (Goolsby, 1992; Sarger & Wilson, 1995; Janssen, 2001).

Por otro lado, se ha puesto de manifiesto en la literatura como una descripción del puesto de trabajo poco clara, así como una pobre definición de los objetivos y responsabilidades de los vendedores afectando, como consecuencia, al estrés de los mismos (Graen, 1975; Cuevas, 2009).

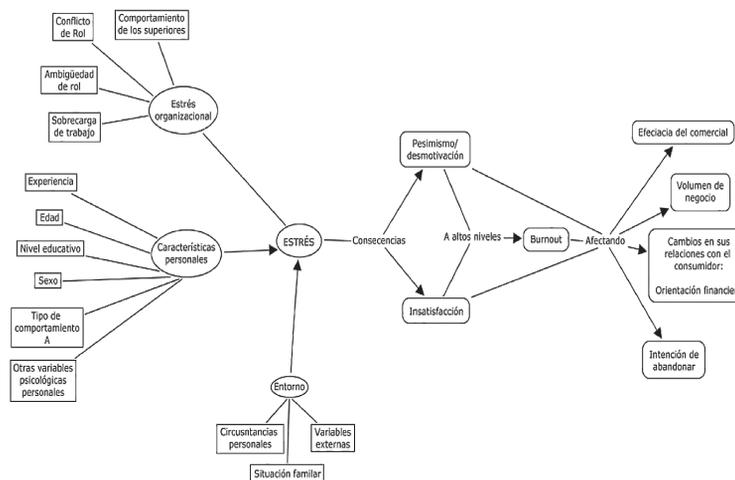
De esta forma, uno de los elementos claves que influye sobre la ambigüedad de rol y el conflicto de rol, y por tanto sobre el estrés, es la calidad de los intercambios en el seno de la organización entre los directivos y los vendedores (Tanner & Castleberry, 1990).

Por ello, en la literatura se destaca la necesidad de una comunicación frecuente y de calidad entre los superiores y los subordinados (Tanner & Castleberry, 1990). A lo cual Jackson & Tax (1995) añaden que cuando el vendedor no tiene claro cuáles son los valores de la empresa para la que trabaja, se estresa más. Para Tracy & Neidermeyer (2004) desde finales de los noventa, con la proliferación de distintos departamentos, la orientación hacia el consumidor entra en conflicto con la orientación financiera de parte de los integrantes de la misma organización, y cuando esto ocurre, el vendedor sufre estrés.

La actual crisis por la que atraviesa España, es otro factor que sin duda ejerce una presión importante sobre la situación laboral, introduciendo cambios importantes en el funcionamiento y en el día a día de las empresas (Berges, 2009; Borrás, 2009). Esta crisis puede llevar a altos niveles de desconfianza, incertidumbre en el puesto de trabajo, injusticias en relación a las recompensas obtenidas y presión ejercida por parte de altos directivos (Atienza, 2009; Enrech, 2010).

En la figura 1, se presentan de forma gráfica los factores antecedentes y consecuentes del estrés del personal de ventas.

Figura 1. Resumen de las variables antecedentes y consecuentes al Estrés laboral de la fuerza de ventas.



Fuente: Elaboración propia. A partir de los estudios de: Adams, 1965; Sarger, 1991; Sanjeev & Sridhar, 1993; Boles, Johnston & Josep, 1997; Cameron, Jeffrey & James, 1996; Yi, Futrell & Sarger, 1998; Flaherty, Dohlsotrom & Skinner 1999; Osman et al., 2006.

Los últimos estudios realizados en Europa, relativos al estrés laboral, se centran en una de las consecuencias más habituales: la decisión de los vendedores de abandonar el puesto de trabajo. No obstante, en países como España y Portugal, para determinados trabajadores, entre ellos los vendedores, abandonar el trabajo no es una posibilidad, ya que el mercado laboral no genera suficientes oportunidades, por lo cual, en muchos casos, trabajadores que sufren estrés permanecen en su puesto (Ramos & Jordao, 2014).

Dicho hecho, entre otras variables que se analizan a continuación, cambia la dinámica y el comportamiento de los trabajadores (Gil-Monte, 2010), por lo que el siguiente apartado de revisión bibliográfica se centra en analizar la literatura más reciente sobre estrés laboral en la coyuntura española.

3. EL ESTRÉS DEL PERSONAL DE VENTA EN LA COYUNTURA ACTUAL ESPAÑOLA

Actualmente, España se ve inmersa en una recesión económica que ha cambiado el funcionamiento de su economía (Berges, 2009). Explicar el desencadenamiento de las burbujas y los elementos que provocaron la crisis de forma sintetizada no es objeto de nuestro estudio, pero sí lo es observar las consecuencias que sobre los trabajadores en general, y el personal de ventas en particular, tienen las consecuencias de la crisis, a nivel de desconfianza, incertidumbre, recompensas obtenidas por sus esfuerzos, equidad en los pagos, justicia percibida, y sobre todo, el estrés que estas consecuencias provocan sobre el personal de ventas.

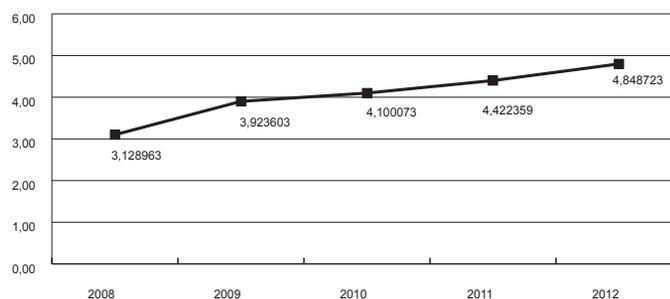
El desempleo en España y su efecto sobre el estrés

Con base en los datos de la Encuesta de Población Activa (INE, 2012): la situación de desempleo de España es alta. Este se sitúa en más de cuatro millones setecientos mil parados, y, en términos comparativos, se observa que la tasa de paro sigue una línea ascendente respecto a períodos anteriores, como se presenta en las gráficas 1 y 2.

Así, se puede afirmar que, desde 2008, el desempleo se ha convertido en un problema económico, social y familiar para gran cantidad de ciudadanos. Pero los estragos de la crisis económica no sólo afectan a los que se quedan sin trabajo o no pueden encontrar su primer empleo. También afecta a quienes estando laboralmente activos, viven la actual crisis económica y financiera con el miedo a perder su puesto de trabajo (Borrás, 2009).

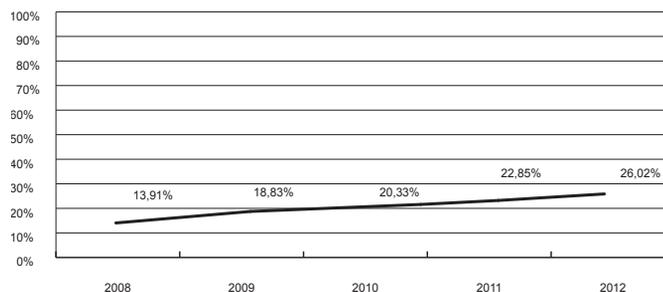
En esta perspectiva, el estrés puede definirse como una relación entre el individuo y el entorno, evaluado a este como amenazante al desbordar sus recursos y poner en peligro su bienestar. Así, la incertidumbre a perder el puesto puede llevar

Gráfica 1. Evolución del desempleo en España (En millones de personas).



Fuente: INE (2012). Datos calculados para diciembre de cada año.

Gráfica 2. Porcentaje de desempleados en relación con la población activa del país.



Fuente: INE (2012). Datos calculados a diciembre de cada año.

al trabajador a una experiencia de estrés que alterará su manera de sentir, pensar y de comportarse (Ramos y Jordao, 2014).

Crisis económica, tipos de retribuciones, y efectos sobre el estrés del personal de ventas

La importancia de un sistema de retribución y compensación acorde con los esfuerzos del personal de ventas es algo globalmente reconocido y entendido (Moreno-Jiménez et al, 2012). De hecho, son muchos los estudios en la literatu-

ra de marketing que se han orientado a investigar esta área y sus efectos sobre, entre otros, el estrés del personal de ventas (Gil-Monte, 2010).

El sistema de compensación es un elemento crucial para explicar: la justicia percibida, la satisfacción laboral, la presión, el compromiso y la motivación (Schwarzer& Hallum, 2009). La forma de retribución ideal debe llegar a un balance entre los esfuerzos de venta y las recompensas, para conseguir un personal de ventas psicológicamente estable y de calidad (Ramos& Jordao, 2014).

La crisis económica ha contraído el mercado retributivo general en España. Esto se manifiesta en una combinación de diferentes procesos como congelaciones salariales; reestructuraciones de empresas; expedientes de regulación de empleo; prejubilaciones; reducciones significativas de los niveles salariales de contratación; etcétera. Este efecto impacta, principalmente, tanto sobre la retribución fija de los empleados, como sobre la retribución total de los mismos (Atienza, 2009).

En resultado de estos procesos, en España ha aumentado el tipo de retribución basada en objetivos con unos tipos de contrato mayoritariamente a tiempo parcial. En la literatura se observa que cuando se producen estos cambios debido a la crisis, repercute en la elevación del nivel de estrés del personal de ventas (Gil-Monte, 2010).

La fuerza de venta con personal sobre-cualificado: baja identificación hacia el puesto, desmotivación y estrés laboral

España dispone de un personal cualificado, con estudios universitarios, superior a la media de la UE (Eurostat, 2012). A pesar del crecimiento de población con educación universitaria, la productividad laboral española ha experimentado

únicamente un ligero aumento en los últimos años (Nieto& Ramos, 2010). Es decir, el impacto positivo de los cambios en los niveles educativos en España no está teniendo una repercusión como la que se podría esperar.

Como indicó García-Montalvo (2010), muchos españoles con elevado nivel de estudios se han visto obligados a aceptar trabajos que requieren menos años de educación de los que ya poseen, lo que ha generado un elevado porcentaje de trabajadores sobre educados.

Todo ello está teniendo un efecto sobre el personal de ventas de las empresas. En 2010, uno de los sectores que ha tenido una caída del paro ha sido el sector comercial (Enrech, 2010), pero es en su mayoría a partir de contratos a tiempo parcial (INE, 2012). Esta caída se debe en muchos casos a que profesionales desocupados de otros ámbitos, han concurrido al sector comercial como alternativa laboral en la situación de crisis actual (Enrech, 2010).

Así, la mencionada situación tiene un efecto sobre el empleado: la identificación del trabajador con el puesto es menor, lo que influye sobre el compromiso y la implicación (Moreno-Jiménez et al., 2012). Todo ello afecta al estrés. La identificación, el compromiso y la implicación, son constructos antecedentes de la percepción del entorno y, sobre todo, la sensación psicológica del trabajador con respecto al puesto (García-Montalvo, 2010).

4. METODOLOGÍA

Para lograr los objetivos propuestos y contrastar las hipótesis, se realizó una investigación de corte cuantitativo, seleccionando como metodología de investigación la encuesta personal y utilizando un cuestionario estructurado. Debido a la necesi-

dad de acotar el ámbito de estudio, se seleccionaron vendedores de la industria de las telecomunicaciones, que como muestran los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2012), ha sido uno de los sectores donde se han observado cambios derivados de la crisis, con un gran número de despidos, cubriendo los puestos con un mayor número de personal contratado a tiempo parcial y con salario basado en objetivos.

Las encuestas se realizaron en la ciudad de Valencia, España. Debido a que se trata de un estudio exploratorio, se realizó un muestreo por conveniencia, obteniéndose un total de 150 encuestas válidas durante el mes de Febrero de 2014.

El cuestionario incluía escalas para medir cuatro constructos: la incertidumbre que sufre el vendedor al observar el entorno inestable; la injusticia percibida en los salarios que obtiene por sus esfuerzos; la identificación del vendedor con su puesto de trabajo; y el estrés sufrido por el mismo. Para medir el estrés del personal de ventas recurrimos a la dimensión de ambigüedad de rol de la escala de Rizzo, Jouse & Lirtzman (1970)³ compuesta por seis ítems. Seguidamente, para medir la incertidumbre derivada de la situación coyuntural adaptamos la escala desarrollada por Taylor (1994) formada por cinco ítems. Asimismo, para medir la justicia percibida, utilizamos la escala de cuatro ítems de Netemeyer et al. (1997). Por último, utilizamos la escala de Luhtanen & Crocker (1992) referente a la identificación con el puesto, formada por cuatro ítems. Para cada escala, se le pidió a los encuestados que res-

pondiesen de 1 a 7 a su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones correspondientes a los ítems que la forman.

5. RESULTADOS

Propiedades psicométricas del instrumento de medida

Previo al contraste de hipótesis se llevó a cabo un análisis de fiabilidad y validez de las escalas de medida, utilizando para ello el programa EQS 6.1 (Bentler, 2005) y el método de máxima verosimilitud.

Respecto a la fiabilidad, se exigió que todos los β de Cronbach fueran superiores al valor recomendado de 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994). Se calculó también el índice de fiabilidad compuesta, que era superior para todos los factores al valor recomendado de 0.70 (Fornell & Larcker, 1981), menos en el caso del estrés, donde, no obstante, con un valor de 0,679, se acercaba mucho al recomendado; y la varianza promedio extraída (AVE) presentó valores superiores a 0.50 (Fornell y Larcker, 1981) (ver Tabla 1).

La validez discriminante se evaluó examinando que ninguno de los intervalos de confianza al 95% de las estimaciones de las correlaciones entre cada par de factores contenía el valor 1 (Anderson & Gerbing, 1988) (ver resultados en Tabla 2).

Contraste de hipótesis

Tras comprobar que las escalas de medida cumplían las propiedades psicométricas establecidas por la literatura, se procedió al contraste de hipótesis a través de un análisis de ecuaciones estructurales. La tabla 3 recoge los valores de los coeficientes estandarizados de las relaciones estructurales, y los respectivos niveles de significatividad de su estadístico *t* asociado.

3. En los estudios en los que el contexto de análisis principal es la situación del país, hay que centrarse especialmente en la dimensión de ambigüedad de rol del vendedor (Berhman y Perreault, 1986; Tanner, 1993).

Tabla 1. Fiabilidad y validez convergente

Factor	Indicador	Carga	Valor t	de Cronbach	CR	AVE
ESTRÉS	EST1	0,709**	7,640	0,905	0,679	0,595
	EST2	0,641**	8,002			
	EST3	0,908**	9,124			
	EST4	0,803**	8,928			
	EST5	0,830**	8,884			
	EST6	0,797**	8,320			
INCERTIDUMBRE	INCERT1	0,721**	11,811	0,929	0,700	0,624
	INCERT2	0,901**	12,465			
	INCERT3	0,827**	11,831			
	INCERT4	0,706**	11,638			
	INCERT5	0,848**	8,001			
INJUSTICIA PERCIBIDA	INJ1	0,774**	9,404	0,924	0,716	0,675
	INJ2	0,895**	9,695			
	INJ3	0,719**	10,020			
	INJ4	0,886**	9,564			
IDENTIFICACIÓN CON EL PUESTO	IDE1	0,849**	11,769	0,926	0,729	0,692
	IDE2	0,745**	10,038			
	IDE3	0,876**	16,030			
	IDE4	0,853**	16,627			

N = 150; **p<0,01; *p<0,05; N/A = no aplica; CHI-CUADRADO = 329,241; gl = 142; NNFI = 0,903; CFI = 0,919; IFI = 0,920; RMSEA = 0,094.

Fuente: elaboración propia.

6. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN

La presente investigación ha permitido comprobar cómo algunos factores subyacentes de la situación económica en España pueden influir sobre el estrés del personal de ventas. Debido a que se trata de un estudio centrado en el panorama económico actual, y teniendo en cuenta las peculiaridades del

sector comercial español, dichos factores no han sido analizados en la literatura hasta el momento, por lo que los datos obtenidos suponen nuevos hallazgos de interés en relación al estrés y al área de la fuerza de ventas.

Tal y como se deriva de lo planteado, el entorno de los individuos afecta a su estado psicológico, tanto dentro, como fuera del trabajo. En este sentido, las circunstancias persona-

Tabla 2. Validez discriminante

	ESTRÉS	INCERTIDUMBRE	INJUSTICIA	IDENTIFICACIÓN
ESTRÉS		(0.25-0.69)	(0.11-0.25)	(0.3-0.78)
INCERTIDUMBRE			(0.08-0.84)	(0.59-0.76)
INJUSTICIA				(0.46-0.97)
IDENTIFICACIÓN				

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Contraste de hipótesis

RELACIÓN ESTRUCTURAL	Coefficientes estandarizados	Valor t
Incertidumbre à Estrés	0,378***	4,480
Injusticia à Estrés	0,127***	1,728
Identificación Puesto à Estrés	-0,392***	-4,638
N = 150; **p<0,01; *p<0,05; N/A = no aplica; CHI-CUADRADO = 329,241; gl = 142; NNFI = 0,908; CFI = 0,921; IFI = 0,920; RMSEA = 0,092.		

Fuente: elaboración propia.

les, y otras variables exógenas, que el individuo es incapaz de controlar, modifican su conducta como empleado. En España, la situación de los vendedores ha cambiado mucho. Tras la crisis, fueron un gran número de personas las que perdieron su puesto de trabajo (ver gráficas 1 y 2). No obstante, aquellas personas que siguen trabajando, perciben el entorno como amenazante. Para muchos, existe la posibilidad de perder su puesto si la situación no cambia, y, como muestran los resultados, esta variable del entorno de tipo económica afecta al estrés que sufre el vendedor en su puesto de trabajo.

Además, muchos vendedores deben trabajar en condiciones más precarias que en años anteriores (Ramos& Jordao, 2014). Siguiendo la lógica de los estudios realizados hasta la fecha, y que se incluyeron en la revisión de la literatura, la

consecuencia más usual para los trabajadores que se encuentran en situación de estrés es el pesimismo y la insatisfacción, variables que conducen al *burn out*, también conocido como el síndrome del personal quemado. La reacción final de un trabajador que se encuentra en este ciclo de insatisfacción suele ser la intención de abandonar el puesto. Sin embargo, una de las características de la situación laboral que sufre España es que el mercado oferta pocos puestos, cosa que el vendedor conoce, por lo que aun sintiéndose insatisfecho, es muy probable que el empleado continúe en su empresa. Como muestran los resultados, esta situación influye de forma negativa sobre pesimismo, desmotivación y estrés, provocando que los niveles de insatisfacción continúen creciendo, y que el trabajador siga aumentando aún más su estrés debido a la situación que sufre.

Además, tras la crisis, ha sido el departamento de venta de las empresas uno de los que ha ofertado más puestos de trabajo (García Montalvo, 2010). Fueron muchas personas las que, aun habiéndose formado en otras áreas, se vieron obligadas a aceptar un puesto como vendedor debido a la necesidad de trabajar (INE, 2012). Como muestran los resultados, muchos de los vendedores españoles sufren una baja identificación con el puesto, lo que tiene un efecto directo sobre el estrés que sufren los vendedores.

En relación a la implicación de los resultados para gestión empresarial, parece importante mencionar que, para aquellas empresas que detecten problemas relacionados con el estrés sufrido por sus vendedores, deben intentar reducir la incertidumbre que perciben los mismos, ya que se ha constatado que este hecho afecta de forma directa al estrés del personal de ventas. Así, sería importante crear un entorno lo más estable posible y que genere cierta certidumbre al vendedor, donde es esencial dejar claro la importancia del vendedor en la empresa siempre y cuando esté respondiendo a los compromisos laborales, para que el vendedor no sienta un miedo constante a perder el puesto. Del mismo modo, ello se verá recompensado si se trabaja para motivar al vendedor, y que éste sienta una mayor identificación con el puesto. Para paliar este problema, se debería, desde un principio, contratar personal con cierta preparación y experiencia como vendedor, que pueda reducir el problema de la baja identificación que genera aún más estrés a la fuerza de ventas en una situación de crisis económica.

REFERENCIAS

- Adams, J.S. (1965). Inequity in social exchange. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* Vol. 2, pp. 267-299). New York: Academic Press.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modelling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, No. 103, pp. 411-423.
- Atienza J. (2009). Estudio anual de retribución España 2010. Obtenida el 8 de Febrero de 2011 de Hay Group España, <http://www.haygroup.com/es/press/Details.aspx?ID=27888>
- Bartol, K.M. (1999). Reframing sales force compensation systems: An agency theory-based performance management perspective. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 19, No. 3, pp. 1-16.
- Behrman, D. N. & Perreault, W. (1986). A Role Stress Model of the Performance and Satisfaction of Industrial Salespersons. *Journal of Marketing*, Vol. 48, otoño, pp. 9-21.
- Bentler, P. (2005). EQS 6: Structural Equation Program Manual. Multivariate Software, Encino, CA.
- Berges, L. (2009). Pasado, Presente y Futuro de las Cajas de Ahorro (Primera edición), Madrid: Aranzadi.
- Boles, J. S.; Johnston, W. & Joseph, F. (1997). Role stress, work-family conflict and emotional exhaustion: Inter-relationship and effects on some related work-related consequences. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 7, No 1, pp. 17-29.
- Borrás, H. (2009). Psicología en la coyuntura actual. *Gestión práctica de riesgos laborales: Integración y desarrollo de la gestión de la prevención*, vol.58, pp 12-17.
- Cameron, M.; Jeffrey, G. & James, H. (1996). A model of financial securities salespersons job stress. *The journal of services marketing*, vol. 10 No. 3, pp. 21-38).
- Chang, J. (2005). Pressure Points. *Sales and Marketing Management*, vol. 157, No. 4, pp. 18.
- Cuevas, J. C. (2009). Trabajar en lo que nos gusta. Psicología y Empresa. Obtenida el 8 de Febrero de 2011 de <http://psicologiyempresa.com/trabajo-profesion-diner.html>.

- EPA (2012). Encuesta de Población Activa 2012. Obtenido el 21 Abril 2012 en <http://www.datosmacro.com/paro-epa/espana>.
- Enrech, E. (2010). El paro en el sector comercial aumenta un 30% en 2008. Obtenida 8 de Febrero de 2011 de <http://www.economista.es/economia/noticias/958681/01/09/COMUNICADO-El-pa-ro-en-el-sector-comercial-aumenta-un-30-en-2008.html>.
- Eurostat (2012): Estadísticas regionales sobre educación en la Unión Europea. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Education_statistics_at_regional_level/es.
- Flaherty, T. B.; Dahlsotrom, R; Skinner S. J. (1999). Organizational values and role stress as determinants of customer-oriented selling performance. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 19, No. 2, pp. 1-18.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, vol. 18, pp. 39-50.
- García-Montalvo, J. (2010). La inserción laboral de los universitarios y el fenómeno de la sobrecualificación en España. *Papeles de economía española*, vol. 119, pp.172-187.
- Gil-Monte, P. (2010). Situación actual y perspectiva de futuro en el estudio del estrés laboral: la Psicología de la Salud Ocupacional. *Informació Psicològica*, vol. 100, pp. 68-83.
- Goolsby, J. R. (1992). A Theory of Role Stress in Boundary Spanning Positions of Marketing Organizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 20, pp. 155-164.
- Graen, G. (1975). *Role Making Processes within Complex Organizations*. Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago: Rand McNally.
- INE (2012) Encuesta de Población Activa, Cuarto trimestre de 2012. <http://www.ine.es/jaxiBD/tabla.do?per=03&type=db&divi=E-PA&idtab=28>
- Jackson, S. E. & Tax, S. S. (1995). Managing the industrial Sales force Culture. *Journal of Business and Industrial Marketing*, vol. 10, No. 2, pp. 34-47.
- Janssen, O. (2001). Fairness Perceptions as a Moderator in the Curvilinear Relationships between Job Demands and Job Performance and Job Satisfaction. *The Academy of Management Journal*, vol. 44, No. 5, pp. 1039-1050.
- Kahn, R L.; Wolfe, D; Quinn, R; & Snoek, J. (1964). *Organizational stress: studies in role conflict and ambiguity*, London: Wiley, 1964.
- Kevin, M.; McNeill, Y. F. & Russ, A. (2000). Does relational demography matter in a personal selling context? *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 20, p. 4-21.
- Lazarus, R. S. (1999). *Stress and emotion: new synthesis*. (Primera Edición), New York: Springer Publishing Company.
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 18, pp. 302-318.
- McGrach, J. E. (1976). *Stress and Behavior in Organizations*. Handbook of Industrial and Organizational Psychology, New York: Rand McNally, pp. 1351-1396.
- Moreno-Jiménez, B.; Garroso, E.; Corso, S.; Boada, M.; Rodríguez-Carvajal, B. (2012). Personalidad resistente y capital psicológico: las variables personales positivas y los procesos de agotamiento y vigor. *Psicothema*, vol. 24, pp. 79-86.
- Netemeyer, R. G.; Boles, J. S.; McKee, D. O. & McMurrian, R. (1997). An investigation into the antecedents of Organizational Citizenship Behaviors in a Personal Selling Context. *Journal of Marketing*, vol. 61, pp. 85-98.
- Nieto, S. & Ramos, R. (2010). Sobreeducación, Educación no formal y Salarios: Evidencia Para España. Obtenida 8 de Febrero de 2011 <http://www.funcas.ceca.es/Publicaciones/InformacionArticulos/Publicaciones.asp?ID=1650>
- Nigel, F; Piercy, D. W. & Nikala, C. (2001). Lane Sales manager behavior control strategy and its consequences: The impact of gender differences. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 21, No. 1, pp. 39-50.
- Nunnally, J. C.; Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3ª edición), McGraw-Hill, New York.
- Organ, D. W. (1979). The Meanings of Stress. *The Applied Psychology of Work Behavior*, vol. 10, pp. 206-214.
- Organ, D. W. (1990). The motivational basis of organizational citizenship behavior. *Research in Organizational Behavior*, vol. 12, pp. 43-72.

- Osman, M.; Karatepe, U. Y.; Babakus, E. & Avci, T. (2006). Does gender moderate the effects of role stress in frontline service jobs? *Journal of Business Research*, vol.59, pp. 1087-1093.
- Parasunaman, S. (1982). Predicting Turnover Intentions and Turnover Behavior: A Multivariate Analysis. *Journal of Vocational Behavior*, vol. 21, pp. 111-121.
- Parasunaman, S. & alutto, J. A. (1984). Sources and Outcomes of Stress in Organizational Settings: Toward the Development of a Structural Model. *Academy of Management Journal*, vol. 27, pp. 330-350.
- Patton, W. E. & Questell, M. (1986). Alcohol Abuse in de Sales Force. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. 6, pp. 39-51.
- Ramos V. & Jordao, F. (2014). Género y estrés laboral: semejanzas y diferencias de acuerdo a factores de riesgo y mecanismos de coping. *Revistas de psicología y organización en el trabajo*, vol. 15, No. 2, pp. 1-11.
- Rizzo, J. R.; Jouse, R. J. & Lirtzman, S. I. (1970). Role Conflict and Ambiguity in Complex Organizations. *Administrative Science Quarterly*, vol. 15, No. 2, pp. 150-163.
- Sanjeev, A. & Sridhar. N. (1993). Affective organizational commitment of salespeople: An expanded model. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 13, No. 2, pp. 49-61.
- Sarger, J. K. (1991). Type A Behavior Pattern (TABP) Among Salespeople and Its Relationship to Job Stress. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 11, No.2, pp. 25-36.
- Sarger, J. K.; Yi, J. & Frutrell, CH. (1998). A model depicting salespeople's perceptions. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 18, No. 3, pp. 1-22.
- Sarger, J. K.; Willson, H. (1995). Clarification of the meaning of job stress in the context of Sales Force Research. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 15, No. 3, pp. 51-64.
- Schwarzer R. & Hallum, S. (2009). Perceived Teacher Self-Efficacy as a Predictor of Job Stress and Burnout: Mediation Analyses. *Applied psychology: an international review*, vol. 57, pp. 152-171.
- Singh, J.; Goolsby, J. R. & Gary K. G. (1994). Behavioral and Psychological Consequences of Boundary Spanning: Burnout for Customer Service Representatives. *Journal of Marketing Research*, vol. 31, pp. 558-569.
- Tanner, J. F. & Castleberry, S. B. (1990). Vertical Exchange Quality and Performance: Studying the Role of the Sales Manager. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, vol. 10, pp. 17-27.
- Taylor, S. (1994). Waiting for service, the relationship between Daly's and Evaluations of Service. *Journal of Marketing*, vol. 58, abril, pp. 56-69.
- Taylor, A.; Pettijohn, CH. & Pettijohn, L. (2000). An exploratory analysis of salesperson perceptions of the criteria, used in performance appraisals, job satisfaction, and Organizational commitment. *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, vol. 20, No. 2, pp. 77-81.
- Tracy, L. T.; Neidermeyerb, P. E. (2004). Performance, satisfaction and turnover in call centers. The effects of stress and optimism. *Journal of Business Research*, vol. 57, pp. 26-34.