

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Unidad: Iztapalapa.

✓ División: (CSH) Ciencias Sociales y Humanidades.

✓ Carrera: ^{LIC.} Psicología Social.

Materia: Seminario de Investigación II.

✓ Título: La Categorización Social.
(Una aplicación a la Mercadotecnia).

✓ Fecha: Enero de 1998.

✓ Alumno: Jose Antonio Soberón Mora.

Matricula: 81224097.

Asesor: Jaime Peña Sanchez.

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa

División de Ciencias Sociales y Humanidades
"La Categorización Social"
(Una Aplicación a la Mercadotecnia)

Tesis que para obtener el título en
Psicología Social
Presenta:

Jose Antonio Soberón Mora

Asesor



Lic. Jaime Peña Sanchez

Lector



Lic. David Miguel Garcia
Guzmán

Lector



Lic. Juan Antonio Barrera
Méndez

RESUMEN

Basandose en la teoría de la Categorización Social, se llevó a cabo un experimento que trata de demostrar si una campaña publicitaria que intenta reducir el consumo de artículos importados es más efectiva, apoyándose en esta teoría, si se hace referencia a la pertenencia categorial del grupo beneficiado, en este caso los extranjeros, en lugar de resaltar el efecto causado en el trabajador mexicano como en su momento se llevó a cabo dicha campaña. Para tal efecto se utilizó un cuestionario de opinión tipo Likert donde se manipula la variable experimental, la cual consiste en aplicar los mismos reactivos a dos grupos de estudiante universitarios, uno control y otro experimental. La variable independiente se manipula en la introducción que se redacta en el cuestionario utilizado, resaltando la pertenencia de uno u otro de los grupos (que fabrican lo que se adquiere) en cuestión mexicanos vs. extranjeros.

Se obtienen diferencias significativas despues de aplicar una prueba T lo que motiva a sugerir otras formas de aproximación al problema, que permita sustentar la hipótesis planteada.

Los estudios de los procesos de categorización no son recientes, Doise (1982) cita dos experimentos (Razman 1950, Bruner y Permutter 1957) en los cuales ya se maneja la variable nacionalidad, lo que se puede destacar en este ámbito es la aplicación directa que se puede hacer de los hallazgos experimentales al campo de la mercadotecnia. Moscovici (1985) ejemplifica

con algunos casos la aplicación de esta teoría (trabajos sobre categorías cruzadas). En mi caso los resultados encontrados motivan a pensar que las aportaciones de la Psicología Social como de otras áreas generan un sinnúmero de posibilidades como lo demuestran, entre otros, los textos sobre el comportamiento de los consumidores por ejemplo Schiffman y Lazar (1991).

INDICE

INTRODUCCION	4
I.- PERCEPCION GRUPAL Y PERCEPCION PERSONAL	6
1.1- Categorías y grupos sociales	9
1.2- Consecuencias de la categorización social	10
1.2.1 -Similaridad de objetos	11
1.2.2 -Información retomada por miembros de un grupo	12
1.2.3 -Atribución causal hacia los miembros de un grupo	13
1.2.4 -Impacto social de los miembros de un grupo	13
II.- CATEGORIZACION INTERGRUPO-INTRAGRUPO	15
2.1 -Sesgo intergrupo	17
2.2 -Saliencia	18
2.3 -Identidad social del perceptor	20
2.4 -Similaridad dentro de grupos vs. diferencia entre grupos	22
III.- REDUCCION DEL EFECTO DE CATEGORIZACION	25
3.1 -Percepción del grupo externo y sus acciones	28
3.2 -El perceptor como agente de individuación	29
3.3 -Cruce de la pertenencia categorial	32
IV.- METODOLOGIA (introducción)	34
4.1 -Planteamiento del problema	36
4.2 -Hipótesis	36
4.3 -Definición de Variables	37
4.3.1 -Variables independientes	
4.3.2 -Variables dependientes	
4.4 -Operacionalización	39
4.5 -Diseño del instrumento	40
4.6 -Diseño de investigación	41
4.7 -Muestra	43
4.8 -Estadística	44
4.9 -Validación	46
4.9.1 -Validación del instrumento	
4.9.2 -Confiabilidad de la escala	
V.- RESULTADOS	51
5.1 -Conclusiones	53
5.2 -Limitaciones	56
VI.- BIBLIOGRAFIA	58
APENDICES	60

INTRODUCCION

La aplicación directa de algunas de las teorías de la Psicología Social, y de todas las ciencias del comportamiento, al campo de la mercadotecnia es una práctica fundamental en una sociedad donde se persigue generar bienes de consumo o servicios que sean competitivos y por lo tanto proporcionen ganancias a aquellos que los producen. Otro enfoque pretende motivar a los consumidores a tomar en cuenta la adquisición de estos bienes y servicios cuya procedencia los caracterice en mayor o en menor medida el haber sido producidos dentro del territorio nacional

El proyecto que aquí se describe pretende lo segundo, proporcionar el sustento metodológico que demuestre si la Categorización Social aporta elementos teóricos mismos que pueden ser utilizados para motivar el uso y consumo de bienes y/o servicios de origen nacional, y el correspondiente desuso de artículos y/o servicios generados fuera de este territorio. Esto trata de lograrse con el solo hecho de marcar las diferencias entre uno y otro grupo de trabajadores (los nacionales a quien se dirige el mensaje y los extranjeros) quienes son los que producen en la mayoría de los casos los artículos referidos (y por lo tanto los afectados). Para este objetivo se ha recurrido al sustento teórico de la categorización social que se describe en el capítulo II, donde se aclaran los conceptos más importantes de esta aproximación como lo son la pertenencia grupal y la saliencia. Previo a este capítulo se ha dado un breve repaso a la categorización, capítulo I y su utilidad en el entorno

social como herramienta que nos sirve para darle coherencia a este como a las conductas observadas dentro del mismo.

En el capítulo III se revisan aportaciones que explican cómo reducir el efecto de la categorización previamente explicada en el capítulo II. Dentro de este fenómeno, la reducción de la categorización, me he enfocado principalmente al cruce de las pertenencias categoriales ya que proporciona, no obstante el situarse en el otro extremo de lo que se busca, elementos teóricos que nos permiten eliminar variables que pudieran atentar contra los resultados deseados.

La descripción metodológica del experimento se encuentra en el capítulo IV, en el se da detalle de aspectos que debieron ser cubiertos en su momento y que son necesarios para darle coherencia a la estructura del estudio.

I.-PERCEPCION GRUPAL Y PERCEPCION PERSONAL

En la actualidad diversas aproximaciones proporcionan una explicación a la conducta de los grupos, algunas han dirigido sus esfuerzos a investigar la forma en que el individuo reacciona a los estímulos que le impone el medio ambiente, otras han enfatizado su interés en la formación de los grupos como punto de partida para posteriores explicaciones. Este trabajo se basa en los estudios que se han efectuado para determinar que la mera categorización de las personas en grupos fomenta las conductas tendientes a favorecer al grupo de pertenencia como a discriminar la conducta hacia el grupo de no pertenencia. Es correcto suponer que existen diversos factores que estimulen la conducta en pro del grupo de pertenencia pero el principio supone que la mera categorización, per se, provocará conductas a favor del propio grupo.

¿ Cómo se percibe un grupo de personas ?

Dentro de los niveles más elementales los grupos pueden ser definidos como categorías de personas sujetas a los mismos principios de organización (Rosch, 1977). Como cualquier categoría de objetos, una representación de un grupo social debe aproximarse a la organización actual de su entorno. Las categorías emergen como una consecuencia de observar una correlación

entre objetos y atributos. Pero la simple asociación no es suficiente para darle una utilidad a la categoría, deben existir elementos que no se muestran propiamente en dicha correlación. En otras palabras, nosotros somos lo que somos porque ellos no son lo que somos (Tajfel, cit. en Tajfel 1984). Así, todos los humanos pertenecemos a la categoría de seres humanos sin embargo, la pertenencia a esta es pocas veces usada a no ser que se haga una comparación con una entidad no humana como lo podría ser un animal o incluso un extraterrestre. Bajo estos términos, la posesión o no de los rasgos que llegan a caracterizar a una categoría determina el uso de la misma y depende por un lado de la existencia de similitud entre miembros y las diferencias entre miembros y no miembros. Es importante señalar aquí que los límites que demarcan la pertenencia o no pertenencia a una categoría puede variar en su frontera, los límites se basan por lo regular en criterios establecidos los cuales especifican los atributos fijados, mismos que permanecen incluso en situaciones o contextos específicos. La categoría vertebrado requiere de ciertas características a ser cumplidas por un organismo si se le quiere incluir en ella, características conocidas por todos (Olson y Attneave, cit en Wilder 1976).

En el ámbito social, las categorías pueden ser impuestas por individuos acorde a una serie de supuestos estructurados en una escala de valores y necesidades previamente fijados. Además de ello, un individuo quien es etiquetado de principio dentro de una categoría frecuentemente será referido como integrante de ella.

Sea para satisfacer nuestro sentido del orden a las cosas, o para darle cierta coherencia y estructura a ese orden, los estímulos de nuestro entorno son organizados dentro de categorías y la categorización tiene consecuencias predecibles como se podrá ir comprobando posteriormente. Por principio de cuentas la sola categorización (en adelante hablaremos de categorización de grupos de individuos), acentúa la percepción de similitudes intracategoría como disimilitud al nivel intercategoría incluso mayor de la que realmente pudiera existir, o lo que es lo mismo el solo hecho de pertenecer a un grupo o a una categoría específica, hará que nuestra percepción sobre las diferencias entre nuestro grupo de pertenencia y los demás grupos se vea acrecentada, además de notar una clara disminución de las diferencias percibidas entre miembros de nuestro grupo. Tajfel ya había comenzado a trabajar en estas hipótesis a principio de la década de los 60as con un experimento en el que unos sujetos debían evaluar la anchura de líneas colocadas de manera adyacente con respecto a otras, Tajfel & Wilkes (cit. en Tajfel 1984). En adelante consideraremos al intergrupo como aquel que se diferencia de otros grupos incluso a sus miembros, y al intragrupo a los sujetos que se localizan dentro de la categoría tal y como lo describe Tajfel , Tajfel, H. et. al (cit. en Turner 1990).

1.1 Categorías y grupos sociales

En el inicio había dado como ejemplo una categoría de seres vivos con una cualidad muy específica, pero en el campo de los grupos de individuos las categorías sociales poseen una variedad mucho más amplia de estructuras y es menos común que sean organizadas de manera jerárquica, además de exhibir mayor estabilidad al nivel dentro que entre individuos. Para explicar un poco más lo anterior se agregarán dos aspectos de importancia para el estudio de las diferencias que son de especial interés para las relaciones intergrupo.

Primero, que los grupos sociales son flexibles y pueden cambiar como resultado de lo que Wilder y Cooper mencionaron; a través de la interacción lo cual favorece que los miembros del grupo puedan influenciar a otro o a otros logrando así el cambio (Wilder y Cooper, cit. en Wilder 1986).

Segundo, el autoconcepto del perceptor (perceiver's self-concept) puede ser estructurado con la categoría social. Tres posibilidades pueden existir 1) que no se de relación entre el receptor y el grupo 2) membresía en el grupo y 3) membresía en un grupo complementario.

La relevancia de la categorización social para la identidad del perceptor nos sugiere que diferentes personas se pueden involucrar bajo la misma situación social y categorizar a sujetos en diferentes formas. El grupo refleja los esquemas cognitivos del perceptor con tal precisión como cualquier situación externa que requiriese de una organización particular.

Incluso, el perceptor puede considerar idénticas colecciones de individuos como grupos o agregados independientes de acuerdo al contexto situacional. Por ejemplo, uno puede considerarse como "hombre" para ser parte de una colección de relativa heterogeneidad de individuos designados por un mismo sexo, pero de poca importancia para su sentido de ser sobre todo si en este momento interactúa con otros hombres bajo una diferenciación un tanto más estricta como compañero de clase, pariente etc. Pero que sucedería si una mujer se dirigiera a este como "hombre", o de una manera que definiera su pertenencia al grupo masculino, seguramente experimentaría un incremento en su identidad con la categoría hombres y sus actos tenderían a ser más acordes con las expectativas de como los hombres se conducen ante la presencia de un sujeto con diferente identidad -mujer-.

1.2 Consecuencias de la categorización social.

De inicio podemos preguntarnos que suponen los sujetos al percibir a otros que han sido categorizados previamente como grupo social. Dentro de las investigaciones realizadas en lo referente a la categorización de grupos se ha puesto especial interés en las primeras consecuencias. A partir de aquí es posible abordar algunos análisis llevados a cabo:

- a) El supuesto de similaridad entre los miembros de un grupo .
- b) La percepción de significado sobre sus conductas.

- c) Atribución de causalidad a sus actos.
- d) Persuadir o lograr un impacto social con sus actos.

1.2.1 a) Similaridad de objetos

Si la categorización social se rige por el principio de la categorización de los objetos, entonces las personas deben ser vistas como más similares una a otra siempre que se les ubique dentro de un grupo. En un experimento llevado a cabo por Wilder (cit. en Wilder 1986), donde se presentaba la opinión de un actor a través de un video, se lograron resultados que corroboraban la hipótesis planteada consistente en provocar que los observadores percibieran mayor similitud de creencias y conductas entre miembros de un grupo que las percibidas por sujetos sin una pertenencia definida. Por otro lado, suponer que la similitud intragrupo puede provocar que se perciba homogeneidad en el grupo se debe manejar con cuidado al correr el riesgo de sobrestimar el fenómeno. En este aspecto, la investigación sobre prototipos ha mostrado que las personas distorsionan significativamente sus acuerdos (recollections) acerca de categorías de sujetos en sentido de hacerlos más similares al prototipo de aquella categoría (Cantor y Mischel, cit. en Wilder 1986).

1.2.2 b) Información retomada por miembros de un grupo.

Cuando observamos objetos, no vemos un campo de continuidad. Mas bien seccionamos u organizamos algunas porciones del campo dentro de distintos patrones y características relacionadas. Algunos autores como Barker (cit. en Tajfel 1984) han argumentado que los perceptores organizan la gama de conductas de las personas dentro de secciones pequeñas o unidades. Bajo este principio, el número de unidades que las personas usan para seccionar la conducta de las personas parece estar determinada por dos elementos, la naturaleza de la conducta del actor y por y el conjunto de los observadores (perceiver's set).

La conducta de miembros de un grupo puede ser dividida en menos unidades, en este caso unidades de significado, que la misma conducta ejecutada por un agregado de individuos. Esta predicción viene de suponer similitud dentro de grupos citada poco antes. Si se espera que los miembros de un grupo actúen de manera similar, entonces la conducta similar será menos informativa acerca de ellos que la misma conducta acerca de personas no categorizadas como grupo. En otras circunstancias, la unanimidad de los miembros de un grupo no nos dice mucho sobre ellos porque el consenso puede ser atribuido a una variedad de factores como:-situación común o similitud del entorno, pertenencia a una categoría común que se puede traducir como presión de normas, o disposición común.

1.2.3 c) Atribución causal hacia miembros de un grupo.

Si la categorización social afecta los juicios de similitud entre miembros de un grupo y el sentido de su conducta, debemos esperar encontrar efectos de tal categorización en los juicios de atribución de las causas de dicha conducta. El postulado clásico en la literatura de la atribución se refiere a que vemos la conducta de los sujetos causada por factores internos como externos, tal información hace nuestro mundo más predecible (Kelley, cit. en Doise et al 1980). -se sugiere la revisión de R. Eiser 1980 y Doise et al, 1980 para profundizar en este punto-.

1.2.4 d) Impacto social de los miembros de un grupo

Si la categorización social influye en suponer similitud entre miembros de un grupo, percibir información de sus actos y atribuir causas a su conducta, entonces debemos esperar que la categorización tenga un impacto potencial en forma de influencia social. Ciertamente, la persuasividad de la fuente depende, en buena parte, sobre las atribuciones efectuadas con relación a la misma (Ross, Bierbrauer & Hoffman, cit. en Wilder 1986).

Al tomar en cuenta que los miembros de un grupo son considerados como similares y además dependientes de sus compañeros (miembros del mismo grupo), se puede deducir que las personas categorizadas como grupo son menos persuasibles que aquellas a quien se les percibe como un simple agregado de sujetos. En este sentido es ilustrativo un experimento llevado a

cabo por Harkins y Petty (cit. en Doise et al 1980). Encontraron que tres sujetos quienes elaboraban tres diferentes argumentos eran más persuasivos que tres sujetos efectuando el mismo argumento o un sujeto emitiendo tres argumentos diferentes. Adicionalmente, si los tres sujetos eran identificados como miembros de un comité tenían menos impacto que si no fuesen identificados en agrupación alguna. Los autores exponen dos posibles explicaciones. Cuando los comunicadores son percibidos como miembros de un grupo común, suponemos convivencia y dudamos de lo independientes de sus juicios. En adición, cuando suponemos similitud entre los miembros de un grupo, creemos que difícilmente podrán proveernos de las diversas perspectivas a las que llegarían comunicadores independientes.

En suma, al revisar las cuatro áreas anteriores, sin perder de vista su interrelación, es posible encontrar un patrón más o menos claro. Que categorizamos como un grupo a los sujetos que exhiben creencias similares e incluimos dentro del mismo proceso aquellas cuyos esquemas de conducta comparten rasgos de similitud, además de percibir sus acciones menos informativas como individuos comparativamente con las que pudieran proporcionar como miembros independientes. Es importante destacar acerca de las investigaciones sobre atribución en lo referente a grupos, las convergencias existentes entre atribución de la conducta de otros sujetos y la realizada a sujetos que son percibidos integrantes de un grupo para lo cual los textos de Doise y Eiser ya citados proporcionan una buena base.

II.- CATEGORIZACION INTERGRUPO - INTRAGRUPO

La categorización de otros sujetos como un grupo debería primeramente incrementar la probabilidad de activar cogniciones acerca de esos grupos. Más aún, la activación de la dimensión social que incluye a un grupo para el cual el observador pertenece, debería estimular las cogniciones intragrupo. Para autores como Turner, la saliencia de un grupo externo (outgroup) debería estimular la correspondiente saliencia del (ingroup) -grupo de pertenencia- del perceptor. Incluso, la presencia y la percepción de los miembros de un grupo de pertenencia (Ingroup) como de símbolos del mismo grupo debería ser condición suficiente para provocar saliencia de parte del (ingroup).

Si la presencia de un outgroup ayuda a definir la identidad social de una persona por hacer saliente el correspondiente ingroup, entonces las reacciones a un outgroup debería ser dependiente de las cogniciones de uno acerca de su ingroup. Las cogniciones acerca del ingroup como del outgroup deberían estar bien organizadas como una unidad pero el acceso a este paquete es más probablemente de tipo unidireccional.

La saliencia de un grupo es suficiente para que, nosotros como observadores hagamos relevante nuestras asociaciones ingroup y pueda determinar la identidad social individual bajo el contexto en el que se encuentre. Para

autores como Allen o Wilder (cit. en Wilder 1986) es menos común que la saliencia del ingroup provoque una saliencia del outgroup. Mientras una persona usualmente pertenece a un grupo o a una dimensión social dada, existen muchos outgroups. (Esto suena un poco complicado pero lo aclararé posteriormente).

Ya he argumentado antes que la gente espera la existencia de cierta similitud entre miembros de un grupo, incluso en áreas donde el criterio de agrupamiento es débil, este fenómeno se ha tratado de probar por medio de investigaciones con categorías de objetos los que han indicado que las similitudes dentro y las diferencias entre las categorías son exageradas. De igual forma si manipulamos las diferencias intergrupo (entre grupos) debemos esperar que los sujetos perciban diferencias entre grupos tanto como similitudes dentro de grupos. Cabe destacar en este sentido los experimentos llevados a cabo por Tajfel & Wilkes (cit. Moscovici 1985) donde los sujetos observaban mayor similitud dentro de grupos cuando un grupo externo se hacia presente que cuando todos pertenecían al mismo grupo. La saliencia de un grupo externo outgroup restringe el rango de posiciones impuestas a los miembros de un grupo; cuando una clasificación dicotómica (intergrupo / intragrupo) es impuesta sobre una dimensión continua, las diferencias dentro de cada categoría son subestimadas mientras las diferencias entre los dos son sobrestimada.

2.1 Sesgo intergrupo

Una extensa cantidad de literatura indica que la mera categorización de personas dentro de un (ingroup) y un (outgroup) es suficiente para producir conductas causadas por esta variable.

Puede ser el caso del favoritismo intragrupal a expensa del grupo externo. Un autor importante en este campo lo ha sido Tajfel (cit. en Tajfel 1984) quien argumentó entre otras cosas que el sesgo (bias) intergrupo puede ser estimulado bajo condiciones mínimas. La mera existencia de mutualidad exclusiva de grupo parece ser suficiente pero hay un límite para que tan mínima pueda ser esta categorización como límite para el tamaño del grupo al que se debe hacer referencia.

Bajo esta perspectiva se considera que el experimento llevado a cabo no cumple con los requerimientos en cuanto a dimensiones del grupo se refiere en los artículos citados. En ellos se hace referencia a grupos pequeños, no obstante las demás condiciones cumplen con la perspectiva dinámica sobre categorización.

2.2 Saliencia

Una vez que se abordó el estudio de la identidad social, dentro del contexto de las comparaciones sociales más que en el de la reafirmación de la pertenencia a un grupo, se llega a la conclusión más general en la cual mientras mayor fuese el contraste dentro de la comparación intergrupo tendería a estimular la identificación con el grupo de pertenencia (Turner, 1990).

La afirmación anterior se basa en estudios que han enfocado su investigación sobre los efectos de la cooperación y la competición intergrupales. Se sostiene que dentro de los encuentros intergrupales la competencia tiende a incrementar el efecto de la saliencia con respecto a la pertenencia de un grupo x, lo inverso de acuerdo con esto no sucede, esto es, que la disminución de la competencia incluso el estímulo de la cooperación no disminuye este efecto (Turner 1990). Las fuentes revisadas para el presente trabajo poco se refirieron a la diferencia que pudiese existir en la saliencia de los sujetos como resultado de la pertenencia real o simbólica a un grupo, lo mismo se puede definir como la saliencia entre grupo de pertenencia y grupo de referencia. (Se insiste en el aspecto anterior porque varios de los artículos revisados se enfocan a los descubrimientos en torno a la saliencia estimulada a partir de la presencia real de un grupo externo y bajo las condiciones que ya se describieron, la pertenencia y no pertenencia del grupo en cuestión para el presente trabajo solo puede manejar en forma simbólica la presencia del grupo de comparación no obstante la diferencia de grupos es evidente)

Se ha puntualizado que mientras mayor sea la diferencia entre el grupo de pertenencia y el de no pertenencia, en el individuo tiende a incrementarse su integración al grupo de pertenencia. Un aspecto importante citado por Brown y Turner (cit. en Wilder 1986), sugieren que tal acercamiento al grupo se ha de traducir en una de ambas partes, grupo de pertenencia vs. grupo de referencia. La presencia de un grupo externo afectará entonces nuestra simpatía por el grupo al que pertenecemos en la medida que este funcione no solo como grupo de pertenencia sino como grupo de referencia positivo.

En base a los autores citados, se dará por acordado que los grupos de pertenencia pueden traducirse en grupos de referencia positivos toda vez que se distinga, se haga saliente, la existencia de un grupo externo cuyas características no coincidan con aquellas condiciones para las cuales elegimos a nuestros(s) grupo(s) de pertenencia. Regresando un poco, a mayor saliencia entre grupos mayor la saliencia categorial.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta, por su relación con este trabajo, se refiere a lo que Doise (1980) y otros exploraron entre las diferentes saliencias como resultado de confrontaciones de sujetos en condiciones a)individuales b)colectivas.

Bajo estos términos, los encuentros colectivos tienden a incrementar la saliencia debido a factores como la "conciencia de la identidad compartida" y a un "efecto de convergencia" asociado al efecto cognitivo de la categorización.

2.3 Identidad social del perceptor

La categorización de otros favorece el incremento y/o la activación de cogniciones acerca de características que se asocian a cada grupo. Además, la activación de una dimensión social que incluye al grupo de pertenencia del sujeto ayuda a la identificación con su grupo. En este sentido, la saliencia de un grupo externo provoca en el perceptor la correspondiente saliencia del grupo de pertenencia. Ciertamente, la presencia de miembros del propio grupo debería ser suficiente para incrementar la saliencia del propio grupo pero esto no es así; como consecuencia la pertenencia grupal debe ser saliente cuando los miembros de otro grupo nos tratan como elementos de nuestro grupo.

Si la presencia de un grupo externo ayuda a definir la identidad social de las personas por medio de hacer saliente la correspondiente pertenencia grupal, entonces las reacciones hacia un grupo externo no deberían ser independientes de las cogniciones sobre el grupo de pertenencia; esto es, que las cogniciones acerca del propio grupo y del grupo externo deben estar perfectamente organizadas como una unidad. Es menos común que la saliencia del grupo de pertenencia provoque la saliencia de un grupo externo. Mientras que una persona usualmente pertenece solo a un grupo en alguna dimensión social, frecuentemente existe en una multiplicidad de grupos externos. Esta afirmación se ve limitada si tocamos características con pocos niveles de clasificación como el sexo.

En estudios como Dion y Earn (cit en Turner 1990), se apoya el enlace que existe entre la representación cognitiva del propio grupo y del grupo externo. La saliencia del grupo externo es suficiente para estimular las cogniciones asociadas con el propio grupo relevante y puede acentuar la identidad social al mismo.

2.4 Similitud dentro de grupos vs. diferenciación entre grupos.

Algunas investigaciones llevadas a cabo con categorías de objetos indican que los sujetos tienden a exagerar las similitudes dentro del propio grupo como las diferencias entre categorías. Extrapolando el estudio de los grupos que llevamos a cabo, deberíamos esperar que las personas asuman diferencias entre grupos tan precisas como las similitudes dentro de grupos. En este caso, los experimentos que se reportan indican que los sujetos asignaron mayor similitud dentro de grupos bajo la presencia de un grupo externo que cuando todos pertenecían al mismo grupo.

La saliencia del grupo externo restringe el rango de posiciones impuesto a los miembros del propio grupo (Eiser y Stroebe, 1972). Así cuando se impone una clasificación dicotómica sobre una dimensión continua, las diferencias dentro de cada categoría son desestimadas mientras que las diferencias entre ambas son sobrestimadas, Doise Deschamps y Meyer (cit . en Doise et. al. 1980) tienen un experimento ilustrativo.

Las personas frecuentemente asumen similitudes dentro y diferencias entre grupos en mayor grado y a través de un claro rango de características garantizado por evidencia objetiva. Entonces, las personas deben recordar selectivamente información consistente bajo ese impuesto; se crea aquí la interrogante si depende de la misma suma de información consistente como inconsistente. Teorías sobre consistencia cognitiva asumen que es deseable obtener información consistente con las expectativas porque nos complementa nuestros

juicios sobre el grupo, estabiliza y provee una buena figura de nuestra representación del mundo y permite mayor predicción. Por implicación, los miembros de un grupo deben preferir información que implique similitud intragrupal como disimilitud intergrupala.

Desde la perspectiva de la consistencia cognitiva, la categorización social divide el entorno en dos entidades mutuamente exclusivas, el intergrupo y el intragrupo. En general las personas deben experimentar un sentimiento positivo hacia el intragrupo como resultado de sus asociaciones con este, Heider (cit. en Doise et. al 1980) consecuentemente cuando diferenciamos entre los grupos, las personas deben favorecer al intragrupo para mantener la consistencia cognitiva. Aunque este razonamiento no ha sido probado directamente (hay que notar que la interpretación de la identidad social se enfoca sobre la búsqueda del perceptor de su propio nicho en la estructura social enclavada por la categorización) su fundamento deriva principalmente de su similitud conceptual con la extensa literatura sobre consistencia cognitiva.

El favoritismo intragrupo refleja el deseo por una identidad social favorable (Tajfel 1982) donde las personas comparan sus grupos con otros grupos relevantes y actúan para crear una distinción favorable entre los grupos. Es crucial, no obstante, que el resultado de el grupo de pertenencia sea mejor que aquel del grupo de no pertenencia, la relativa superioridad es mas importante que el absoluto nivel de resultados cuando menos en lo que se refiere al material bibliográfico revisado.

Si el favoritismo intragrupo se produce por la búsqueda de una identidad social positiva, entonces la autoestima individual debe incrementarse seguido a la oportunidad de discriminar. Los estatutos sociales pueden aproximarse a la interpretación que llevamos a cabo, por el hecho de existir al seno de los grupos sociales se supone un componente normativo que afecta al intergrupo. Las personas favorecen al propio grupo porque es lo socialmente esperado, además que en la mayoría de las culturas la enseñanza de la solidaridad hacia el propio grupo, variando entre la familia y la nación, provee un valor de honor.

III.-REDUCCION DEL EFECTO DE LA CATEGORIZACION

De acuerdo con los términos en los que se mantiene la teoría de la categorización grupal, la reducción del sesgo intergrupo se produce cuando disminuye la precisión con la que se define al grupo externo. Si un factor en el surgimiento de conductas en pro del propio grupo es la clara definición del grupo de no pertenencia, ¿ la poca precisión para definirlo tenderá a eliminar este sesgo? veamos algunas aproximaciones.

Es más práctico etiquetar la conducta de un individuo cuando lo categorizamos y le asignamos una pertenencia grupal que tratar de darle una explicación a su comportamiento por si mismo. Esto puede obedecer a que insertado en una estructura de pertenencia grupal, el grupo al que se hace referencia provee de mas información que el propio sujeto. Este fenómeno se describe dentro de un proceso de individuación desindividuación. El segundo, la desindividuación, es al que acabo de hacer referencia y ubica a los sujetos en una pertenencia grupal donde las explicaciones a su conducta son mas cómodas, así, es mas práctico para todos enjuiciar la conducta delictiva de un chavo banda dentro del estereotipo que se le ha querido dar al grupo social.

Es muy funcional que se catalogue a un grupo dentro de ciertos parámetros por ejemplo calificar directa o sutilmente a los miembros del PRD como revoltosos, conflictivos, marginados etc. principalmente en el medio televisivo, solo basta retomar las páginas citadas de Moscovici (1985). Este fenómeno es conocido y muy practico cuando se incrementan los conflictos intergrupo. Para autores como

Wilder (1984), la desindividuación de los miembros de no pertenencia los deshumaniza adicionalmente facilitando las respuestas agresivas.

Es común que la propaganda emitida durante periodos de guerra, incluso en periodos de paz, evoque la humanidad al propio grupo como la deshumanidad al grupo externo, este autor cita algunos pasajes principalmente dentro del cine pero Goebbels es desde mi punto de vista un ejemplo de primer orden.

Existen argumentos que basados en la evidencia experimental plantean la hipótesis de la individuación, donde la individuación del grupo externo rompe con el supuesto de homogeneidad y similaridad (romper con la imagen que tenemos de alguien por el solo hecho de su pertenencia grupal, cuando conocemos con mas detalle al sujeto en cuestión la percepción cambia de manera absoluta). Se nota el incremento de una situación interpersonal a partir de una situación intergrupo donde se vuelve menos manejable ordenar el entorno social por medio de este proceso de categorización (Tajfel y Turner 1979). Como resultado, la identidad del perceptor depende menos de la diferenciación positiva del propio grupo con el grupo externo. Bajo esta premisa el comportamiento a favor del propio grupo vs. el grupo externo se reduce ya que deja de ser útil para el perceptor buscar una identidad positiva.

Para Byrne (cit. en Wilder 1986), la individuación de los miembros del grupo enfoca su atención sobre aquellas personas (miembros del otro grupo) y la facilidad para encontrarles similitudes, cualquier similitud percibida deberá incrementar una evaluación positiva. Se necesita aclarar que la información

relacionada con los miembros del grupo externo es condición para que se perciba la similaridad, por lo tanto en algunos experimentos la manipulación de estos datos forma parte de la hipótesis.

3.1 Percepcion del grupo externo y sus acciones.

Una forma de darle estructura a la realidad depende de la consistencia de los acontecimientos del grupo o de los grupos externos. Una forma de provocar la desindividuación de los sujetos del grupo externo es por medio de acciones no esperadas. Uno espera homogeneidad en la conducta de los miembros del grupo externo, si esta homogeneidad no ocurre se pierde la utilidad de categorizar al sujeto en el grupo externo.

Si en un principio se enfatizó que los adjetivos distintivos ayudan a llevar a cabo conductas en favor del propio grupo, la disolución de los mismos y de la información acerca del grupo externo dificultará la categorización; esto no significa que el sujeto no intente por otros medios darle estructura al entorno social, pero la falta de una referencia precisa afecta este fenómeno.

Generalmente ubicamos a los miembros de un grupo en una categoría con una sola o pocas características definitorias, así, para este trabajo el único adjetivo clasificador es "extranjero". Eliminando esta información sobre el grupo externo se pierde la referencia de la ubicación del grupo y así la función discriminadora.

Un punto que se debe aclarar radica en precisar la forma en la cual el adjetivo opera como punto de referencia para diferenciar a los grupos. En este caso el término "extranjero" puede resultar muy práctico para mi experimento pero el mismo adjetivo operará en forma diferente si se aplica a un grupo donde todos los sujetos tienen diversas nacionalidades.

3.2 El perceptor como agente de la individuación.

Hasta aquí se ha visto como reducir efectos de la categorización por medio de la manipulación del grupo. Una manera de lograr que el perceptor observe más a los sujetos como individuos y menos como categoría grupal se basa en que el perceptor disminuya la confianza sobre la categoría del grupo o como determinante de su conducta. Cuando esto sucede el perceptor se ve obligado a examinar al o a los sujetos de interés de manera individual (si no cuenta con otra referencia categórica). Este fenómeno se auxilia por la pérdida en la uniformidad de la conducta del grupo y se supone que el perceptor buscara información sobre el grupo referido. Wilder 1984, cita un experimento donde la hipótesis se refiere a este caso. Para mi hipótesis, el que al grupo externo se le quite la característica que lo define implicaría que difícilmente se contaría con otro adjetivo que definiera de manera total al grupo externo, así, si hablamos de obreros extranjeros y eliminamos esta condición, adjetivos útiles serían obreros chinos, taiwaneses, etc. El nivel de individuación de los sujetos del grupo externo se ve afectado por el grado de proximidad que tiene el perceptor hacia tal grupo, (Wilder 1984). La proximidad y el tipo de contacto son elementos básicos para que el fenómeno tenga acceso o no. Esta conclusión se asocia al experimento de Milgram 1965 (cit. en Wilder 1984) donde se aplicaba descargas eléctricas a los sujetos estando presente el afectado o en otra habitación. En el experimento la conducta contra el grupo externo se puede medir bajo este parámetro.

Kelman (1966), sugiere que las actitudes hacia los extranjeros se modifican siempre que el extranjero es presentado como un individuo en lugar de hacer referencia a su grupo de pertenencia, se debe hacer hincapié que el mismo autor aclara que no siempre se cumple esta condición. Dentro de los patrones culturales este fenómeno se cumple con mas o con menos intensidad. Primero si hablamos de escuelas norteamericanas donde con frecuencia se llevan a cabo los experimentos, segundo porque la discriminación racial es un factor importante que tiene movilidad de un grupo social a otro, esto es, los norteamericanos pueden externar mayor sesgo intergrupal hacia otras nacionalidades que otros pueblos no obstante ser un país de inmigrantes.

El éxito o el fracaso de un experimento como el llevado a cabo depende en buena medida de una demarcación precisa sobre los límites o fronteras que definen a uno y otro grupo o al propio grupo y al externo. La frontera que delimita a un grupo de otro puede estar mas o menos definida lo cual explicare mediante formas de disminuir tal delimitación.

El incremento en la similaridad entre el grupo externo y el propio grupo favorece a la disminución de dicha frontera (en este caso se puede esperar que el manejo de los trabajadores sea un elemento que atente contra el objetivo de mi hipótesis al hablar en ambos casos de trabajadores. Aun así, el empleo del término trabajadores extranjeros denota una diferencia muy clara entre uno y otro grupo, pero si se deseara una mayor diferenciación se usaría trabajador taiwanés, chino o turco. Por consiguiente un incremento en la percepción de similaridad conduce a

evaluaciones más positivas, o menos negativas, del grupo externo. La forma de incrementar la similaridad se lleva a cabo eliminando elementos que denoten diferencia por otros que denoten similitud.

Existe otra manera de afectar la percepción que se tiene del grupo externo sin cambiar directamente las características que describen al grupo externo, se refiere a la introducción de un tercer grupo. Este segundo grupo externo será más diferenciador que el primer grupo de contraste. Al tener un mayor grado de diferencia el primer grupo no es tan distinto como inicialmente lo hubiera sido.

La pertenencia a una categoría grupal no es única por lo tanto los sujetos pertenecen a diversas categorías sociales que son en mayor o en menor medida excluyentes, el trabajador desde el punto de vista mexicano será o no extranjero y las situaciones intermedias difícilmente serán percibidas. Una situación que se presenta en la pertenencia grupal y permite disminuir el sesgo contra el grupo externo tiene que ver con la presencia de ambos miembros, del ingroup y el outgroup, formando parte de un grupo donde la clasificación categorial aglutine a ambos. Pensemos que los trabajadores mexicanos afiliados a una central obrera pasaran a formar parte de otra central que agrupara a mexicanos como a los grupos extranjeros de interés.

Una forma de disminuir el efecto diferenciador dentro de las pertenencias categoriales lo explica Moscovici (1985) como el cruce de las pertenencias categoriales.

3.3 Cruce de la pertenencia categorial

Hasta aquí se han expuesto diversas formas de disminuir el sesgo inducido por la diferenciación categorial. los experimentos citados se centran en la reducción del sesgo por medio de manipular la identificación de otros individuos o del incremento de cogniciones sobre ellos. El cruce de pertenencias categoriales puede en cualquier caso debilitar el proceso de categorización. Los experimentos revisados por Moscovici (1985) hacen referencia a la pertenencia simultánea a diferentes grupos por parte de los sujetos que intervienen en la investigación citada. La referencia se enfoca en experimentos donde la pertenencia grupal es bien identificada y la proximidad se manipula, así, en experimentos que incluyen discriminación al grupo de no pertenencia, norteamericanos vs. extranjeros la inclusión de otros niveles de categorización tiende a disminuir el sesgo. Moscovici no profundiza mucho en estudios que involucran a sujetos de diferentes nacionalidades para ejemplificar la categorización cruzada no obstante la referencia a uno en particular contribuye a este trabajo. “Se invitó a varias jóvenes a que describieran, mediante una lista de adjetivos, a las personas del sexo femenino, a las personas de sexo masculino, a los jóvenes y a los adultos (categorizaciones simples) o bien, en otra condición, a jóvenes de sexo femenino, a jóvenes de sexo masculino, a los adultos de sexo femenino y a los adultos de sexo masculino (categorizaciones cruzadas). De esta forma, cada sujeto tenía que describir a cuatro grupos, rodeando con un círculo las palabras (sí) o (no) cada vez que pensaba que un adjetivo se aplicaba un poco o totalmente, no tanto o

nada en absoluto, al grupo en cuestión. La variable dependiente sumaba el número de adjetivos en que, en cada ocasión, dos grupos habían recibido una respuesta diferente por parte de un mismo sujeto. Las diferenciaciones hechas entre hombres y mujeres son siempre más fuertes que las hechas entre jóvenes, hombres o mujeres, o entre adultos, hombres y mujeres. Asimismo, las diferenciaciones son más fuertes entre jóvenes y adultos que entre hombres jóvenes y adultos, o entre mujeres jóvenes y adultas. Una vez más, un cruce de pertenencias ha debilitado el proceso de categorización”.

Las categorizaciones cruzadas es los que otros autores como Wilder (1984) denominan pertenencia múltiple a diversas categorías, en realidad si se revisan un poco más los textos y artículos citados se llega a la conclusión de que es el mismo fenómeno.

IV.-METODOLOGIA (introducción)

Entre 1993 y 1994 se dieron a conocer en los medios masivos de comunicación, principalmente el radio, mensajes tendientes a estimular la adquisición de productos manufacturados dentro del territorio nacional, Simultáneamente, tratando de reducir la tendencia del consumidor a la compra de artículos de procedencia extranjera. El giro y/o naturaleza de estos bienes se ve representado por artículos como: ropa de vestir, juguetes, productos de uso diario, artículos para el hogar, para la cocina, decorativos y para el cuidado personal por mencionar tan solo algunos de los que más han proliferado dentro del comercio formal como informal.

Esta tendencia a la compra de artículos de importación además de obedecer a diversos motivos mismos como un costo bajo, que puede ser la ropa y los juguetes de manufactura asiática, o una aparente calidad incluso a precios muy competitivos con relación a bienes similares de producción nacional, tiene sus repercusiones como es obvio dentro del movimiento económico en el que se involucran las empresas productoras de este tipo de bienes de origen nacional (no es posible citar todos los giros de las empresas que se han visto afectadas con este fenómeno debido a la diversidad de productos como de consumidores que ingresan en este mercado).

Este fenómeno se ha reflejado directamente en el deterioro que sobre las utilidades de sus negocios experimentan los productores locales, para nuestro interés únicamente en los giros de bienes que se han mencionado.

Por tal motivo, los mensajes a los cuales me he referido se enfocan en un principio a concientizar a la población para que adquiera básicamente lo producido en el territorio nacional con objeto de darle soporte al movimiento económico local.

Antes de entrar propiamente en la definición del problema quisiera aclarar algunos detalles. Si bien la campaña inicial se caracterizó en recomendar mayor cautela por parte de los consumidores en la compra de productos para hacerlo de preferencia sobre los de origen nacional, posteriormente las campañas publicitarias modificaron su mensaje y ya no atacan directamente a los productos importados.

Se elaboraron mensajes que recomendaron evaluar la calidad de los productos importados vs. los nacionales antes de hacer la elección de compra.

Sobre el caso anterior me refiero a los mensajes que manejan el término -madeinchismo- algunos de los cuales dicen textualmente, -“(...)antes de comprar productos importados compara la calidad de los productos mexicanos(...)”- .

La redacción del término “madeinchismo” nos quisiera indicar que la compra de productos con la leyenda “made in ...” se asocia con el término malinchismo con lo cual se desea enfatizar que la compra de productos con esta leyenda, que no diga

México, denota preferencias por lo extranjero. Esta hipótesis no forma parte del estudio.

Cabe señalar que en un inicio, los mensajes solo se referían al daño que la compra de bienes de importación podría ocasionar en el país, conteniendo en su información la descripción de que al adquirir los productos que fuesen se apoyara el empleo nacional eligiendo los de producción de mismo origen.

4.1 Planteamiento del problema:

Con base a la hipótesis expuesta desde un inicio, el problema queda definido de la siguiente manera:

-¿ Resaltar la pertenencia categorial provoca actitudes en favor del grupo de pertenencia (Mexicanos, -endogrupo-); como desfavorables al grupo de no pertenencia (extranjeros, -exogrupo-) en estudiantes del nivel licenciatura ?.

4.2 Hipótesis

Hipótesis de trabajo:

De acuerdo a la teoría de la categorización social descrita, se espera que los sujetos evalúen más favorablemente la compra de productos nacionales una vez que se enfatiza la procedencia de los productos a consumir, esta evaluación se mide independientemente si el estudiante trabaja o no, o si pertenece al sexo masculino o femenino.

Se establecen las siguientes hipótesis a corroborar:

- | | | | |
|------|---|------|---|
| Ho: | No existen diferencias estadísticamente significativas en las actitudes hacia el grupo de pertenencia vs. grupo de no pertenencia con respecto a: | Ha: | Si existen diferencias estadísticamente significativas en las actitudes hacia el grupo de pertenencia vs. grupo de no pertenencia con respecto a: |
| Ho1: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados. | Ha1: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados. |
| Ho2: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si pertenece al sexo masculino o femenino. | Ha2: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si pertenece al sexo masculino o femenino. |
| Ho3: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si trabaja o no. | Ha3: | Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si trabaja o no. |

4.3 Definición de variables:

4.3.1 Variables dependientes:

* Actitud: (nivel nominal)

Definición conceptual:

Disposición para evaluar favorable o desfavorablemente a los objetos (Insko y Schopler (1980).

Definición operacional:

Actitud favorable: Disposición para evaluar de conformidad con lo que se desea a los objetos.

Actitud desfavorable: Disposición para evaluar con menosprecio a los objetos.

4.3.2 Variables independientes:

* Pertenencia categorial: (nivel nominal)

Definición conceptual:

“El proceso de categorización (...) da cuenta de la forma en que se organizan las percepciones y la experiencia del individuo. Pero la categorización permite tomar en cuenta también la estructuración de las relaciones intergrupales y la diferenciación entre grupos de individuos (Doise et. al. 1980).

Definición operacional:

Mexicano: Persona que nació en los Estados Unidos Mexicanos o que tiene esa nacionalidad (Diccionario Básico del Español de México, El Colegio de México 1986).

Extranjero: Natural de una nación con respecto a los naturales de cualquier otra. Que es o viene de un país con otra soberanía (Diccionario de la Lengua Española, 1989)

* Sexo (nivel nominal):

Definición conceptual: Condición orgánica que distingue al hombre de la mujer (Diccionario de la Lengua Española 1986).

Definición operacional: Masculino, Femenino.

4.4 Operacionalización

Para probar la hipótesis de investigación se aplicó un cuestionario de 27 ítems y 3 variables demográficas que son: Edad, Sexo, Trabaja o no.

Los reactivos se contestaban mediante una escala con 5 opciones de respuesta para cada ítem que eran (1) Totalmente en desacuerdo, (2) Algo en desacuerdo, (3) Indiferente, (4) Algo de acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo, en un cuestionario autoadministrado mismo que se presentó en dos versiones que manipulaban la variable experimental (ver cuestionario al final del trabajo).

La variable “estudia” o no solo se utilizó para controlar que la muestra estuviera compuesta exclusivamente por estudiantes por lo tanto no se incluye en el análisis.

En el caso de las variables Edad y trabaja no se tomaron en cuenta cuotas para la muestra ya que el objetivo central del estudio no persigue encontrar diferencias entre grupos de acuerdo a su denominación demográfica.

4.5 Diseño del instrumento Ambas versiones del cuestionario contienen los mismos reactivos y la variable experimental se controló mediante la redacción de dos párrafos de introducción que decían lo siguiente:

CUESTIONARIO 1

INTRODUCCION: EN FECHA RECIENTE SE HAN DIFUNDIDO POR DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACION ALGUNOS MENSAJES DESTINADOS A ESTIMULAR LA COMPRA DE PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PAIS YA QUE AL COMPRAR PRODUCTOS IMPORTADOS NO APOYAMOS EL EMPLEO DE LOS TRABAJADORES MEXICANOS.

CUESTIONARIO 2

INTRODUCCION: EN FECHA RECIENTE SE HAN DIFUNDIDO POR DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACION ALGUNOS MENSAJES DESTINADOS A ESTIMULAR LA COMPRA DE PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PAIS YA QUE AL COMPRAR PRODUCTOS IMPORTADOS APOYAMOS EL EMPLEO DE LOS TRABAJADORES EXTRANJEROS.

4.6 Diseño de investigación :

Cada una de las versiones del cuestionario se aplicó simultáneamente lo cual cumple con la condición de aleatoriedad del diseño 6 de Campbell y Stanley (1973) cuyo diagrama es:

R		O1
R	X	O2

Donde: R = Asignación aleatoria de los grupos de experimentación.

O1 = Grupo Control.

O2 = Grupo Experimental.

X = Variable Independiente o Experimental.

Se ha elegido este diseño por ofrecer diversas ventajas para la manipulación y observación de las variables además de ser fácilmente comparables mediante la T de test en la cual las diferencias entre medias es altamente confiable como resultado de la aleatorización de los grupos en cuestión.

El diseño permite analizar las diferencias a partir de variables como sexo y trabaja.

Los motivos que llevaron a la aplicación del instrumento en estudiantes tiene que ver con lo siguiente.

a) La campaña publicitaria no muestra rasgos de estar dirigida a un segmento específico de la población, sin embargo es necesario aclarar que mensajes de esta naturaleza solo puede dirigirse a un sector de la población el cual pueda distinguir entre artículos importados y de manufactura nacional. De antemano se descartan a segmentos como menores de edad y sectores de escasos recursos económicos. Una división válida en el supuesto objetivo de estos mensajes lo compone la población económicamente activa y si nos referimos tan solo a la ciudad de México la cifra ya asciende en número. La clasificación anterior se limita en tanto que el concepto de población económicamente activa no significa necesariamente que solo este sector de la población esté en posibilidades de consumir productos hechos o no en país. Todos en determinado momento somos consumidores contemos con solvencia económica o no.

El concepto del producto al que hacen referencia los comerciales se limita exclusivamente a aquellos de fabricación nacional vs. no nacional. Es por demás decir que la gama de artículos de consumo que ingresa bajo esta clasificación es más que abundante por lo cual resultaría imposible detectar segmentos para la población por tipo de producto y su correspondiente selección de muestra.

b) De ser posible la selección de la muestra se llevaría a cabo mediante extracción aleatoria de la población sobre la que se desean hacer inferencias, los recursos con los que se contó en el presente trabajo limitó a que el instrumento se aplicara más donde se agrupa la población el lugar de una elección más sistemática. Aún así, sin cumplir la condición anterior, la asignación aleatoria de los grupos experimental y control permitió dar precisión a la aplicación de ambas pruebas por aplicarse simultáneamente en espacio, tiempo y elección de candidatos.

MUESTRA (Sujetos):

El instrumento se aplicó el 8 y el 10 de Diciembre de 1993 en las instalaciones de la UNAM específicamente en las Facultades de: Psicología, Ingeniería, Contaduría, Administración y Trabajo social. La selección de la muestra se llevó a cabo tomando en consideración dos características de la población referida.

Se aplicó un total de 150 cuestionarios de los cuales:

75 fueron del cuestionario tipo 1 y

76 del cuestionario tipo 2

4.8 Estadística

Tabla 1: Estadísticas descriptivas de cada ítem

ítem	Descripción	promedio	varianza
1	- Los bienes de procedencia extranjera deberían circular libremente en el mercado mexicano.	3.05	1.83
2	- La situación del trabajador mexicano repercute directamente en todos los que trabajamos y estudiamos.	4.10	1.60
3	- La compra de artículos importados daña la economía nacional.	3.96	1.77
4	- Hay productos importados de muy buena calidad.	4.22	1.28
5	- Los trabajadores mexicanos deberían tener mejores salarios.	4.70	.70
6	- La compra de artículos importados lesiona las condiciones laborales del país.	3.99	1.40
7	- Comprar productos importados es más divertido.	2.00	1.28
8	- Los trabajadores mexicanos no tienen que ver conmigo	1.50	1.12
9	- La importación de todos tipo de bienes no afectaría a la economía nacional.	3.79	1.77
10	- Los trabajadores mexicanos están en malas condiciones laborales porque son flojos.	2.44	1.78
11	- Adquirir bienes producidos en el país estimula la economía nacional	4.58	.78
12	- Creo que en la actualidad ya hay demasiados productos importados en el mercado nacional.	4.16	1.13
13	- A veces pienso que los trabajadores mexicanos están muy consentidos.	1.98	1.45
14	- No vale la pena comprar productos de importación.	2.66	1.40
15	- La importación de bienes se debería a aquellos que son indispensables y que no se producen en territorio nacional.	3.89	1.75
16	- Toda circunstancia que afecte al trabajador mexicano nos afecta a todos.	4.34	1.07
17	- Resultaría conveniente para todos que se ampliara la gama de productos importados que se vende en el mercado nacional.	2.77	1.78

18	- Se debe restringir la importación a cierto tipo de bienes	3.65	1.83
19	- Deberíamos apoyar cualquier cosa que favorezca a los trabajadores mexicanos.	4.26	1.37
20	- La importación de productos de origen extranjero no traerá repercusiones desfavorables posteriores.	3.38	1.81
21	- Los trabajadores mexicanos seguirán en las mismas condiciones económicas con o sin importación de bienes.	3.64	1.73
22	- Casi siempre hemos comprado productos importados y no ha afectado a nadie.	3.60	1.36
23	- En lo personal procuro comprar productos que no sean importados.	3.29	1.15
24	- Hay muchos productos importados de muy mala calidad..	3.81	1.93
25	- Los trabajadores mexicanos trabajan mucho y ganan poco.	3.91	1.48
26	- Con la importación de productos, los únicos beneficiados son las empresas que los hicieron.	3.89	1.42
27	- Creo que si se incrementara la importación de productos nos afectaría a todos.	3.82	1.72

4.9 Validación del instrumento:

Se aplicó un análisis factorial para determinar que factores se generaban y para conocer la polaridad de cada uno de los reactivos que posteriormente se incluirían en la prueba de confiabilidad (alpha de Cronbach). Los principales resultados se localizan en la tabla 2.

De acuerdo con Rummel (1977) se debe elegir el tipo de rotación considerando los resultados obtenidos al correlacionar los factores principales, en este caso la correlación de factores no muestra una clara relación entre los mismos, hay que especificar que se obtienen 11 pero el último de ellos por tener un solo ítem no se incluye en el análisis.

De acuerdo al criterio de la correlación de factores como en el caso de Rummel (1977), los factores que se obtienen se explican mejor por el método varimax y contienen los siguientes ítems.

Factor*	Ítems
1	25, 26, 27
2	11, 15, 16, 19
3	1, 2, 4, 5
4	14, 23
5	10, 13
6	6, 9, 20
7	18, 24
8	21, 22
9	12, 17
10	3, 8

* Estos factores explican el 68% de la varianza (ver el apéndice sobre el análisis factorial).

Para la polaridad de los ítems se consideró la oblicua ya que esta explica conceptualmente con más claridad que reactivos son negativos, en este caso son el 9, 17, 20, 21, y 22 (tabla 2).

Tabla: 2 , resultados del análisis factorial por reactivo, (item).

item.	(a)	(b)	(d)	(e)
	Carga rotación varimax	Carga rotación oblicua	Factor Varimax	Factor Oblicua
1*	.34	--	3	--
2	.49	-.38	3	11
3	.50	.50	10	6
4*	.82	-.90	3	11
5	.69	-.63	3	11
6*	-.60	.66	6	2
7*	.87	.89	**	**
8	.74	.76	10	6
9*	.68	-.65	6	2
10*	.80	.81	5	4
11*	.45	-.42	2	1
12	-.58	.61	9	10
13*	.81	.83	5	4
14*	.66	.70	4	5
15*	.30	.65	2	8
16	.71	.70	2	8
17*	.71	-.71	9	10
18*	.68	-.67	7	9
19	.75	.78	2	8
20*	.70	-.68	6	2
21	.85	-.88	8	7
22*	.60	-.59	8	7
23	.76	.75	4	5
24*	.82	-.84	7	9
25*	.76	.75	1	1
26	.78	.77	1	1
27*	.47	.38	1	1

* se usaron para la T de test.

** un solo factor

Columna (a) y (b) carga de c/item en el factorial respectivo
 Columna (d) y (e) factor con el que comparte la carga más alta respectivamente

4.9.1 Confiabilidad general de la escala

Tabla 3, Resultados al aplicar el alfa de Cronbach.

TOTAL 17 reactivos*		.46
	Reactivos	
Escala total		.63
Escala 1	25,26,27	.70
Escala 2	11,15,16,19	.62
Escala 3	1,2,4,5	.22
Escala 4	14,23	.49
Escala 5	10,13	.64
Escala 6	6,9,20	.49
Escala 7	18,24	.51
Escala 8	21,22	.43
Escala 9	12,17	.29
Escala 10	3,8	.20

* Estos reactivos se especifican en la tabla 5

Tabla: 4 Análisis de varianza por reactivo, (item).

item.	(a) Varianza explicada	(b) Varianza de error	F prob.
1	1.11	1.84	.4378
2	.55	1.60	.5596
3	.11	1.78	.8059
4	13.28	1.20	.0011
5	.01	.71	.9003
6	8.6	1.35	.0128
7	.66	1.28	.4738
8	.37	1.12	.5657
9	2.7	1.76	.2172
10	6.14	1.75	.0632
11	5.73	.74	.0062
12	.98	1.14	.7703
13	1.49	1.45	.3123
14	3.4	1.39	.1192
15	1.28	1.75	.3943
16	.04	1.07	.8542
17	2.09	1.77	.2791
18	9.24	1.78	.0241
19	.03	1.37	.8755
20	5.81	1.78	.0732
21	.01	1.74	.9330
22	10.81	1.30	.0045
23	.0006	1.16	.9825
24	3.56	1.92	.1751
25	1.68	1.48	.2896
26	.30	1.42	.8860
27	.83	1.72	.4899

La selección de los items que se incluirían en el cálculo de la t de test se llevó a cabo por medio de las significancias más representativas, con respecto al análisis de varianza, siempre que el análisis factorial lo hubiese incluido en algún factor. Es importante señalar que los resultados en cuanto a factores no se tomaron en cuenta para análisis posteriores excepto las polaridades de los reactivos para conocer cuales son negativos.

Para la prueba de validez de la escala se eligieron los ítems 1, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 20, 22, 24, 25 y 27 por ser, como ya se mencionó, los que tienen la mayor varianza explicada. La cantidad de ítems (17) se obtuvo al aplicar la ecuación para extensión de la prueba citada en Nadelsticher (1983). Esta ecuación nos proporciona un valor de 17 ítems cuando obtuvimos una confiabilidad de .46 en la evaluación previa (ver tabla 3) y deseamos obtener una confiabilidad similar.

De acuerdo con Kerlinger (1975) una técnica para calcular la validez del total de la escala es correlacionando cada ítem con el total de la misma, se obtuvieron los coeficientes que a continuación se describen.

tabla 5: Correlación de cada ítem con la escala.

Ítem	valor del coeficiente	significativo al .01	significativo al .001
1	.3987		*
4	.1690		
6	.3591		*
7	.1862		
9	.2819		*
10	.1179		
11	.2642		*
13	.0979		
14	.4272		*
15	.4510		*
17	.2689		*
18	.5410		*
20	.4209		*
22	.2761		*
24	.3734		*
25	.3981		*
27	.5531		*

para correlacionar cada ítem con el total de la escala se sumó el puntaje de cada uno en un total que incluye el valor de los 17 ítems / 17 de la siguiente forma:

$$\text{ítem 1} + \text{ítem 4} + \text{ítem 6} + \dots + \text{ítem 27} / 17 = \text{total}$$

V.-RESULTADOS:

Para comprobar la hipótesis se efectuó una t de test (Campbell y Stanley 1973) con los 17 items con un nivel de discriminación más alto (ver tabla con varianzas para cada item).

Los resultados de la comparación de grupos son:

Valor de la t = 2.21

Grados de libertad = 149

Significancia = .029

Estimación de la varianza por variable:

		significancia
Variable sexo	= .553	.070
Variable trabaja	= .542	.073
Interacción de variables	= .073	.50

N=151

Prueba t para la variable sexo: N=76.

(sujetos que contestaron el cuestionario 2)

Valor de la t = -1.50

Grados de libertad = 74

Significancia = .139

Prueba t para la variable trabaja: N=76

(sujetos que contestaron el cuestionario 2)

Valor de la t = 1.73

Grados de libertad = 74

Significancia = .090

	nivel de signific. t test	nivel de signific. anova	Decisión
Ho: No existen diferencias estadísticamente significativas en las actitudes hacia el grupo de pertenencia vs. grupo de no pertenencia con respecto a:			
Ho1: Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados.	.029	*	Se rechaza
Ho2: Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si pertenece al sexo masculino o femenino.	.139	.070	Se acepta
Ho3: Si se manipula la pertenencia categorial del país de origen de los productos citados y si trabaja o no.	.090	.073	Se acepta

* no se aplicó análisis de varianza

5.1 Conclusiones

Hipótesis 1:

El nivel de significancia obtenido al comparar los grupos motiva a reconocer una fuerte influencia de la variable experimental en el diseño propuesto. Obtener .029 de significancia en la t para los grupos de experimentación es alentador si consideramos que con un valor de .05 era suficiente para rechazar la hipótesis.

Con base en los resultados es factible cuestionarse lo que sucedería si en lugar de usar el término extranjero se manejara directamente la nacionalidad de los trabajadores que llevan a cabo la fabricación de los bienes. La variable de manipulación podría decir chinos o taiwaneses sustentado en la teoría de que el nivel de categorización o nivel de inclusión tiende a incrementar o a disminuir las diferencias percibidas con respecto al grupo externo.

De llevarse a cabo el experimento bajo las condiciones descritas cabría esperar que los resultados tendieran a favorecer al trabajador nacional una vez que se especificara la nacionalidad del trabajador extranjero, siempre y cuando esta nacionalidad fuera coherente con la procedencia de de los artículos que se consumen de manera sistemática como el caso de los juguetes chinos.

Bajo esta hipótesis es importante conocer si la gente que compra los productos conoce su nacionalidad y en que grado es conciente de ello, por lo tanto tema de otra investigación.

Hipótesis 3

Para corroborar la hipótesis 3 se seleccionaron a los sujetos que contestaron el cuestionario 2 y la variable trabaja. No obstante para el nivel de significancia deseado (95%) no se puede rechazar H_03 si se puede detectar que existe una tendencia por parte de los sujetos que no trabajan a evaluar favorablemente los productos nacionales, veamos sus promedios (ver apéndice de la t de test correspondiente a la variable trabaja).

Promedio sujetos que no trabajan: = 3.55

Promedio sujetos que si trabajan: = 3.40

Es de esperarse una puntuación más alta por parte de los sujetos que trabajan porque ello permitiría suponer que el hecho de tener una actividad remunerada generaría conciencia sobre la procedencia de lo comprado y por lo tanto sobre la nacionalidad de los trabajadores que los producen como solidaridad con los nacionales, esta hipótesis con fundamento en la misma teoría que se ha manejado. El caso es que sucede lo contrario, la puntuación más alta la proporcionan sujetos que no trabajan, lo que resta suponer es que

los estudiantes que no trabajan son más sensibles al mensaje, esta es otra hipótesis propuesta y factible de corroborar.

Hipótesis 2:

En lo que respecta al sexo no se encontraron diferencias que permitan suponer tendencia alguna.

Metodológicamente no es posible seleccionar un tipo de rotación para extraer los factores y otra para la selección de los ítems negativos, sin embargo, se dejó de lado ambas rotaciones y solo se tomó en cuenta una para las polaridades de los ítems que en este caso resultaron negativos.

Los resultados de la rotación oblicua indica que existe correspondencia entre los ítems que conceptualmente cargan negativo y este tipo de rotación. Se esperaba (como sucedió) que al analizar las medias serían mayores aquellas en donde se presentara al sujeto el párrafo del cuestionario 2 como consecuencia de hacer saliente la nacionalidad del grupo externo, no hay que olvidar que se invirtieron aquellos que se especifican (son 6).

5.2 Limitaciones

Dentro de la revisión bibliográfica se tomaron en cuenta artículos que se hubiesen publicado hasta 1990 como en el caso del libro de Turner (1990) que se incluye en la bibliografía. Esto obedece a que las investigaciones en el campo de la categorización social centran sus hipótesis, a partir de esta fecha, en temas que especifican otros descubrimiento de menor utilidad para la hipótesis manejada. No por ello los artículos posteriores invaliden o contradigan lo expuesto en la parte teórica del trabajo, me refiero a que la investigación reportada hasta entonces proporcionaba una base teórica más que sólida para los fines del estudio.

Es posible llevar a cabo otra prueba que evalúe de manera más rigurosa el efecto de la variable de experimentación. Remitiéndose a los resultados de la prueba t no cabe duda de los efectos al manipular la variable de experimental, pero si se desea, se podría llevar a cabo un experimento con un método de validación que contemplara, además de jueces, la implementación de una prueba de construcciones hipotéticas (que mezclara dos técnicas), el hacerlo proporcionaría fundamentos para la aplicación de los resultados experimentales al campo de la publicidad que es donde finalmente tendría un uso de acuerdo al planteamiento del problema expuesto. Lo que debe quedar claro desde mi punto de vista y basándome en los resultados de la prueba t es que existe evidencia para deducir que hay un efecto al manipular la variable.

Hasta la presentación del presente trabajo no se había llevado a cabo campaña alguna tendiente a motivar productos de origen nacional que no fuese la descrita en un inicio (cuando menos en el area metropolitana).

VI.-BIBLIOGRAFIA:

Campbell, Donald y Stanley, Julian, Diseños Experimentales y

Cuasiexperimentales en la Investigación Social, Buenos Aires,

Amorrortu, 1973.

Doise, W., Deschamps, J. C. y Mungy, C., Psicología Social Experimental,

(autonomía, diferenciación e integración), Barcelona, Ed. Hispano

Europea, 1980.

Doise, W., Psicología Social y Relaciones Entre Grupos, México, Fondo

Educativo Interamericano, 1982.

Eiser, R. , Cognitive Social Psychology (UK), McGraw Hill, 1980.

Heider, F., The Psychology of Interpersonal Relations, New York, Wiley, 1958.

Insko, Chester A. y Schopler, John, Psicología Social Experimental, México,

Trillas, 1980.

Kelman, H. C., (ed), International Behavior, New York, Holt, 1966.

Kerlinger, Fred N., Investigación del Comportamiento, México, Interamericana,

1975.

Moscovici, S., Psicología Social 1, Influencia y Cambio de Actitudes Individuos

y Grupos, Barcelona, 1984.

Nadelsticher, Abraham, Como Construir Escalas de Actitudes y Opción

Múltiple, México, INACIPE, 1983.

- Rosh, E., Human Categorization, en N. Warren (ed), *Advances in Cross-cultural Psychology*, (Vol. 1), New York, Academic Press, 1977.
- Rummel, R. J., *Para comprender el Análisis Factorial*, en *Técnicas Avanzadas en Ciencias Sociales*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1977.
- Shiffman, Leon g. y Lazar, Leslie, *Comportamiento del Consumidor*, México, Prentice-Hall, 1991.
- Turner, J. C., *Social Identification and Psychological Group Formation*, en *The Social Diminsion*, Tajfel, H., Cambridge, 1984.
- Turner, J. C., *Redescubrir el Grupo Social*, Madrid, ed. Morata, 1990.
- Wilder, D. A., *Social Categorization*, *Advances in Experimental Social Psychology*, Leonard Berkowitz editor, Academic Press, Florida, 1986.

T DE TEST DE LA VARIABLE DE EXPERIMENTACION

T-TEST /GROUPS VAREXP (1,2) /VARIABLES SUMA2.

Independent samples of VAREXP VAREXP

Group 1: VAREXP EQ 1 Group 2: VAREXP EQ 2

t-test for: SUMA2

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	76	3.4791	.398	.046
Group 2	75	3.3318	.421	.049

F	2-Tail Value	2-Tail Prob.	Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
			t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.12		.625	2.21	149	.029	2.21	148.27	.029

*** ANALYSIS OF VARIANCE ***

BY SUMA2
SEXO
TRA

Source of Variation	Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Signif of F
Main Effects	1.411	2	.706	4.255	.016
SEXO	.553	1	.553	3.333	.070
TRA	.542	1	.542	3.269	.073
2-way Interactions	.073	1	.073	.442	.507
SEXO TRA	.073	1	.073	.442	.507
Explained	1.484	3	.495	2.984	.033
Residual	24.376	147	.166		
Total	25.860	150	.172		

151 Cases were processed.
0 Cases (.0 PCT) were missing.

* PRUEBAS T CON SEXO TRABAJA.

PROCES IF (VAREXP=1).
T-TEST /GROUPS SEXO (1,2) /VARIABLES SUMA2.

Independent samples of SEXO

Group 1: SEXO EQ 1 Group 2: SEXO EQ 2

t-test for: SUMA2

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	43	3.4200	.400	.061
Group 2	33	3.5561	.388	.068

		Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
F	2-Tail Value Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.06	.864	-1.49	74	.141	-1.50	70.03	.139

T-TEST /GROUPS TRA (1,2) /VARIABLES SUMA2.

Independent samples of TRA

Group 1: TRA EQ 1 Group 2: TRA EQ 2

t-test for: SUMA2

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	40	3.5529	.379	.060
Group 2	36	3.3971	.409	.068

F	2-Tail Value	2-Tail Prob.	Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
			t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.16		.641	1.73	74	.088	1.72	71.61	.090

----- ONEWAY -----

Variable ITEM1
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	1.1113	1.1113	.6053	.4378
Within Groups	149	273.5642	1.8360		
Total	150	274.6755			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.1316	1.3598	.1560	2.8208 To 3.4423
MEXICANO	75	2.9600	1.3501	.1559	2.6494 To 3.2706
Total	151	3.0464	1.3532	.1101	2.8288 To 3.2639

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5036, P = .950 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .004, P = .951
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.014

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM2
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.5484	.5484	.3419	.5596
Within Groups	149	238.9616	1.6038		
Total	150	239.5099			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.0395	1.2800	.1468	3.7470 To 4.3320
MEXICANO	75	4.1600	1.2525	.1446	3.8718 To 4.4482
Total	151	4.0993	1.2636	.1028	3.8962 To 4.3025

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5109, P = .851 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .035, P = .852
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.044

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- O N E W A Y -----

Variable ITEM3
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.1081	.1081	.0606	.8059
Within Groups	149	265.6535	1.7829		
Total	150	265.7616			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.9868	1.3012	.1493	3.6895 To 4.2842
MEXICANO	75	3.9333	1.3689	.1581	3.6184 To 4.2483
Total	151	3.9603	1.3311	.1083	3.7462 To 4.1743

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5253, P = .662 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .190, P = .663
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.107

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM4
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	13.2812	13.2812	11.0859	.0011
Within Groups	149	178.5068	1.1980		
Total	150	191.7881			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.5132	.8245	.0946	4.3247 To 4.7016
MEXICANO	75	3.9200	1.3127	.1516	3.6180 To 4.2220
Total	151	4.2185	1.1307	.0920	4.0367 To 4.4004

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .7171, P = .000 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 15.493, P = .000
 Maximum Variance / Minimum Variance 2.535

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM5
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0112	.0112	.0157	.9003
Within Groups	149	105.5782	.7086		
Total	150	105.5894			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.7105	.6893	.0791	4.5530 To 4.8680
MEXICANO	75	4.6933	.9722	.1123	4.4696 To 4.9170
Total	151	4.7020	.8390	.0683	4.5671 To 4.8369

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .6655, P = .003 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 8.601, P = .003
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.990

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM6
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	8.5895	8.5895	6.3552	.0128
Within Groups	149	201.3840	1.3516		
Total	150	209.9735			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.2237	1.0145	.1164	3.9919 To 4.4555
MEXICANO	75	3.7467	1.2955	.1496	3.4486 To 4.0447
Total	151	3.9868	1.1831	.0963	3.7965 To 4.1770

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .6198, P = .036 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 4.383, P = .036
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.630

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM7
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.6623	.6623	.5157	.4738
Within Groups	149	191.3377	1.2841		
Total	150	192.0000			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	2.0658	1.0750	.1233	1.8201 To 2.3114
MEXICANO	75	1.9333	1.1893	.1373	1.6597 To 2.2070
Total	151	2.0000	1.1314	.0921	1.8181 To 2.1819

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5503, P = .384 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .755, P = .385
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.224

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM8
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.3722	.3722	.3313	.5657
Within Groups	149	167.3761	1.1233		
Total	150	167.7483			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	1.4474	1.0633	.1220	1.2044 To 1.6903
MEXICANO	75	1.5467	1.0564	.1220	1.3036 To 1.7897
Total	151	1.4967	1.0575	.0861	1.3266 To 1.6667

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5032, P = .956 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .003, P = .956
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.013

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM9
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	2.7056	2.7056	1.5357	.2172
Within Groups	149	262.5130	1.7618		
Total	150	265.2185			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean		
EXTRANJE	76	2.0789	1.3639	.1565	1.7673	To	2.3906
MEXICANO	75	2.3467	1.2892	.1489	2.0501	To	2.6433
Total	151	2.2119	1.3297	.1082	1.9981	To	2.4257

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5282, P = .627 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .235, P = .628
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.119

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- O N E W A Y -----

Variable ITEM10
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	6.1355	6.1355	3.5024	.0632
Within Groups	149	261.0168	1.7518		
Total	150	267.1523			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean		
EXTRANJE	76	2.2368	1.2206	.1400	1.9579	To	2.5158
MEXICANO	75	2.6400	1.4203	.1640	2.3132	To	2.9668
Total	151	2.4371	1.3345	.1086	2.2225	To	2.6517

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5752, P = .192 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 1.694, P = .193
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.354

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM11
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	5.7312	5.7312	7.6943	.0062
Within Groups	149	110.9840	.7449		
Total	150	116.7152			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean	
EXTRANJE	76	4.7763	.5316	.0610	4.6548	To 4.8978
MEXICANO	75	4.3867	1.1015	.1272	4.1332	To 4.6401
Total	151	4.5828	.8821	.0718	4.4409	To 4.7246

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	2.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .8111, P = .000 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 36.347, P = .000
 Maximum Variance / Minimum Variance 4.293

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM12
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0977	.0977	.0856	.7703
Within Groups	149	170.0877	1.1415		
Total	150	170.1854			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.1842	1.0919	.1253	3.9347 To 4.4337
MEXICANO	75	4.1333	1.0441	.1206	3.8931 To 4.3736
Total	151	4.1589	1.0652	.0867	3.9877 To 4.3302

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5224, P = .699 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .148, P = .700
 Maximum Variance / Minimum Variance = 1.094

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM13
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	1.4862	1.4862	1.0278	.3123
Within Groups	149	215.4542	1.4460		
Total	150	216.9404			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	1.8816	1.2217	.1401	1.6024 To 2.1607
MEXICANO	75	2.0800	1.1828	.1366	1.8079 To 2.3521
Total	151	1.9801	1.2026	.0979	1.7868 To 2.1735

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5162, P = .780 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .077, P = .781
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.067

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM14
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	3.4013	3.4013	2.4557	.1192
Within Groups	149	206.3735	1.3851		
Total	150	209.7748			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	2.5132	1.1831	.1357	2.2428 To 2.7835
MEXICANO	75	2.8133	1.1705	.1352	2.5440 To 3.0826
Total	151	2.6623	1.1826	.0962	2.4721 To 2.8524

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5054, P = .926 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .009, P = .926
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.022

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- O N E W A Y -----

Variable ITEM15
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	1.2785	1.2785	.7298	.3943
Within Groups	149	261.0261	1.7519		
Total	150	262.3046			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.8026	1.4144	.1622	3.4794 To 4.1258
MEXICANO	75	3.9867	1.2247	.1414	3.7049 To 4.2684
Total	151	3.8940	1.3224	.1076	3.6814 To 4.1067

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5715, P = .215 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 1.529, P = .216
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.334

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM16
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0364	.0364	.0339	.8542
Within Groups	149	160.0563	1.0742		
Total	150	160.0927			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.3289	1.0378	.1190	4.0918 To 4.5661
MEXICANO	75	4.3600	1.0351	.1195	4.1219 To 4.5981
Total	151	4.3444	1.0331	.0841	4.1783 To 4.5105

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5013, P = .982 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .001, P = .982
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.005

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM17
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	2.0924	2.0924	1.1798	.2791
Within Groups	149	264.2519	1.7735		
Total	150	266.3444			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int	for Mean
EXTRANJE	76	2.6579	1.3018	.1493	2.3604 To	2.9554
MEXICANO	75	2.8933	1.3614	.1572	2.5801 To	3.2066
Total	151	2.7748	1.3325	.1084	2.5606 To	2.9891

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5223, P = .699 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .148, P = .700
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.094

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM18
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	9.2395	9.2395	5.1919	.0241
Within Groups	149	265.1579	1.7796		
Total	150	274.3974			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.8947	1.2918	.1482	3.5995 To 4.1899
MEXICANO	75	3.4000	1.3755	.1588	3.0835 To 3.7165
Total	151	3.6490	1.3525	.1101	3.4315 To 3.8665

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5313, P = .588 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .291, P = .590
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.134

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM19
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0340	.0340	.0246	.8755
Within Groups	149	205.3700	1.3783		
Total	150	205.4040			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	4.2500	1.1561	.1326	3.9858 To 4.5142
MEXICANO	75	4.2800	1.1919	.1376	4.0058 To 4.5542
Total	151	4.2649	1.1702	.0952	4.0767 To 4.4531

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5152, P = .793 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .069, P = .794
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.063

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM20
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	5.8089	5.8089	3.2549	.0732
Within Groups	149	265.9130	1.7847		
Total	150	271.7219			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	2.4211	1.3091	.1502	2.1219 To 2.7202
MEXICANO	75	2.8133	1.3626	.1573	2.4998 To 3.1268
Total	151	2.6159	1.3459	.1095	2.3995 To 2.8323

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5200, P = .730 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .119, P = .731
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.083

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM21
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0123	.0123	.0071	.9330
Within Groups	149	258.9546	1.7380		
Total	150	258.9669			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int	for Mean
EXTRANJE	76	2.3553	1.3437	.1541	2.0482 To	2.6623
MEXICANO	75	2.3733	1.2921	.1492	2.0760 To	2.6706
Total	151	2.3642	1.3139	.1069	2.1530 To	2.5755

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variations) = .5196, P = .736 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .113, P = .737
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.081

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM22
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	10.8081	10.8081	8.3289	.0045
Within Groups	149	193.3509	1.2977		
Total	150	204.1589			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	2.1316	1.0243	.1175	1.8975 To 2.3656
MEXICANO	75	2.6667	1.2448	.1437	2.3803 To 2.9531
Total	151	2.3974	1.1666	.0949	2.2098 To 2.5849

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	4.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variations) = .5963, P = .093 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 2.799, P = .094
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.477

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM23
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0006	.0006	.0005	.9825
Within Groups	149	173.1782	1.1623		
Total	150	173.1788			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.2895	1.0433	.1197	3.0511 To 3.5279
MEXICANO	75	3.2933	1.1123	.1284	3.0374 To 3.5492
Total	151	3.2914	1.0745	.0874	3.1186 To 3.4642

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5320, P = .581 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .303, P = .582
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.137

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM24
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	3.5622	3.5622	1.8567	.1751
Within Groups	149	285.8682	1.9186		
Total	150	289.4305			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.9605	1.2904	.1480	3.6657 To 4.2554
MEXICANO	75	3.6533	1.4750	.1703	3.3140 To 3.9927
Total	151	3.8079	1.3891	.1130	3.5846 To 4.0313

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5664, P = .249 (Approx.)
 Bartlett-Box F = 1.319, P = .251
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.307

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM25
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	1.6758	1.6758	1.1297	.2896
Within Groups	149	221.0261	1.4834		
Total	150	222.7020			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.8026	1.1891	.1364	3.5309 To 4.0743
MEXICANO	75	4.0133	1.2465	.1439	3.7265 To 4.3001
Total	151	3.9073	1.2185	.0992	3.7114 To 4.1032

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5236, P = .684 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .165, P = .685
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.099

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

----- ONEWAY -----

Variable ITEM26
By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.0294	.0294	.0206	.8860
Within Groups	149	212.2753	1.4247		
Total	150	212.3046			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.9079	1.1682	.1340	3.6409 To 4.1748
MEXICANO	75	3.8800	1.2188	.1407	3.5996 To 4.1604
Total	151	3.8940	1.1897	.0968	3.7027 To 4.0853

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variances) = .5212, P = .715 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .133, P = .716
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.088

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

- - - - - O N E W A Y - - - - -

Variable ITEM27

By Variable VAREXP VAREXP

Analysis of Variance

Source	D.F.	Sum of Squares	Mean Squares	F Ratio	F Prob.
Between Groups	1	.8276	.8276	.4792	.4899
Within Groups	149	257.3446	1.7271		
Total	150	258.1722			

Group	Count	Mean	Standard Deviation	Standard Error	95 Pct Conf Int for Mean
EXTRANJE	76	3.8947	1.3325	.1528	3.5903 To 4.1992
MEXICANO	75	3.7467	1.2955	.1496	3.4486 To 4.0447
Total	151	3.8212	1.3119	.1068	3.6102 To 4.0321

Group	Minimum	Maximum
EXTRANJE	1.0000	5.0000
MEXICANO	1.0000	5.0000
Total	1.0000	5.0000

Tests for Homogeneity of Variances

Cochrans C = Max. Variance/Sum(Variiances) = .5141, P = .808 (Approx.)
 Bartlett-Box F = .059, P = .809
 Maximum Variance / Minimum Variance 1.058

No Range Tests performed with fewer than three non-empty groups.

Oblimin Rotation 2, Extraction 1, Analysis 1 - Kaiser Normalization.

Oblimin converged in 54 iterations.

Pattern Matrix:

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7	FACTOR 8	FACTOR 9	FACTOR 10	FACTOR 11
ITEM26	.76806										
ITEM25	.75374										
ITEM11	-.42921							.42542			
ITEM27	.38261				.32070						
ITEM20		-.67778									
ITEM6		.66039									
ITEM9	.30259	-.65601									
ITEM7			.89085								
ITEM13				.83494							
ITEM10				.81448							
ITEM23					.75337						
ITEM14					.69726						
ITEM8						.75721	-.30185				
ITEM3	.35188					.50068					
ITEM21							-.87923				
ITEM22			-.42434				-.58702				
ITEM19								.77505			
ITEM16								.70401			
ITEM15								.65328			
ITEM24									-.84395		
ITEM18									-.66695		
ITEM17										-.70710	
ITEM12										.61042	
ITEM1											
ITEM4											-.89568
ITEM5											-.62641
ITEM2										-.37226	-.37555

INSTRUCCIONES

T () NT () BB

A continuación aparece una serie de reactivos sobre los cuales nos gustaríaco nocer tu opinión; las opciones de respuesta son:

- (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO
- (2) ALGO EN DESACUERDO
- (3) INDIFERENTE
- (4) ALGO DE ACUERDO
- (5) TOTALMENTE DE ACUERDO

Elige de las anteriores opciones y evalúa cada una de las oraciones que a continuación aparecen, circulando el número correspondiente, considerando que tan de acuerdo o en desacuerdo estas con cada oración, (responde todas).

INTRODUCCION: EN FECHA RECIENTE SE HAN DIFUNDIDO POR DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACION ALGUNOS MENSAJES DESTINADOS A ESTIMULAR LA COMPRA DE PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PAIS YA QUE AL COMPRAR PRODUCTOS IMPORTADOS NO APOYAMOS EL EMPLEO DE LOS TRABAJADORES MEXICANOS.

--NO CONTINUAR (AVISA A QUIEN TE DIO ESTE CUESTIONARIO QUE ESTAS LISTO PARA DAR INICIO) VARIABLE EXPERIMENTAL (4) OK ()
 1=Extranjero 2=Mexicano
 (circula el número)

- Los bienes de procedencia extranjera deberian circular libremente en el mercado mexicano.... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (5)
- La situación del trabajador mexicano repercute diréctamente en todos los que trabajamos y estudiamos..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (6)
- La compra de artículos importados daña la economía nacional..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (7)
- Hay productos importados de muy buena calidad..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (8)
- Los trabajadores mexicanos deberían tener mejores salarios..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (9)
- La compra de artículos importados lesiona las condiciones laborales del país..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (10)
- Comprar productos importados es más divertido..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (11)
- Los trabajadores mexicanos no tienen nada que ver conmigo..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (12)
- La importación de todo tipo de bienes no afectaría a la industria nacional..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (13)
- Los trabajadores mexicanos estan en malas condiciones laborales porque son flojos..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (14)
- Adquirir bienes producidos en el país estimula la economía nacional 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (15)
- Creo que en la actualidad ya hay demasiados productos importados en el mercado nacional..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (16)
- A veces pienso que los trabajadores mexicanos están muy consentidos..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (17)
- No vale la pena comprar productos de importación..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (18)
- La importación de bienes se debería limitar a aquellos que son indispensables y que no se producen en territorio nacional..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (19)
- Toda circunstancia que afecte al trabajador mexicano nos afecta a todos 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (20)
- Resultaría conveniente para todos que se ampliara la gama de productos importados que se vende en el mercados nacional..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (21)
- Se debe restringir la importación a cierto tipo de bienes..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (22)
- Deberíamos apoyar cualquier cosa que favorezca a los trabajadores mexicanos..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (23)
- La importación de productos de origen extranjero no traerá repercusiones desfavorables posteriores..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (24)
- Los trabajadores mexicanos seguirán en las mismas condiciones económicas con o sin importación de bienes..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (25)
- Casi siempre hemos comprado productos importados y no ha afectado a nadie..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (26)
- En lo personal procuro comprar productos que no sean importados 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (27)
- Hay muchos productos importados de muy mala calidad 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (28)
- Los trabajadores mexicanos trabajan mucho y ganan poco 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (29)
- Con la importación de productos, los únicos beneficiados son las empresas que los hicieron.. 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (30)
- Creo que si se incrementara la importación de productos nos afectaría a todos..... 1 . 2 . 3 . 4 . 5 (31)

DATOS GENERALES: EDAD _____(32,33) SEXO (circula el número) (34)
 MASCULINO..... 1
 FEMENINO 2

ESTUDIAS: NO...1 SI...2----> Carrera _____(35) Semestre _____

TRABAJAS: NO...1 SI...2----> EMPLEADO..... 1 (36)
 OBRERO..... 2
 COMERCIANTE..... 3
 EMP. FEDERAL 4
 OTRO (ESPECIFICA) _____

GRACIAS POR TU COLABORAC