

Autoeficacia, estrés y productividad comercial, el caso de los ejecutivos de ventas industriales latinoamericanos

Self-efficacy, stress and commercial productivity, the case of Latin American industrial sales executives

Jorge Bullemore¹

PhD. Doctor en Administración de Empresas, Universitat de Lleida, España.
Ingeniero Civil Industrial, Universidad Diego Portales, Chile MBA, Universidad Adolfo Ibáñez, Chile.
Profesor Asociado en la Universidad del Desarrollo Chile, y profesor invitado en ESAN, Perú.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3731-7020>
E-mail: j.bullemore@udd.cl

Recepción: 23/02/2021. Aceptación: 10/03/2021. Publicación: 30/06/2021

RESUMEN

A pesar de los avances en la investigación en el área de las ventas industriales, en Latinoamérica estos han sido escasos. Más aún en los relacionados a aspectos tales como la autoeficacia, el estrés y la productividad de ejecutivos de ventas, la cual es nula. La distinción entre el trabajo de los trabajadores y su vida personal se está volviendo cada vez más borrosa, y en particular de los vendedores quienes dedican más horas a su jornada laboral, al realizar múltiples tareas, y muchas veces manifiestan sentirse abrumados por su trabajo. Esta investigación estudia el efecto de la sobrecarga de trabajo y la autoeficacia en la productividad comercial de ejecutivos de ventas industriales latinoamericanos. Se desarrolló una investigación cuantitativa con una muestra de 149 vendedores mediante constructos con escalas establecidas, a su vez se utilizó análisis factorial confirmatorio, y los parámetros del modelo se estimaron utilizando el método de máxima verosimilitud. Se concluyó para el caso de estudio, la autoeficacia se relaciona negativamente con el estrés

laboral, y este se relaciona negativamente con la productividad comercial. Por lo que la autoeficacia se relaciona positivamente con la productividad comercial. Finalmente, se discuten los resultados del estudio y las limitaciones del mismo.

Palabras clave: Autoeficacia; estrés; productividad comercial; ventas industriales; Latinoamérica.

ABSTRACT

Despite advances in research in the area of industrial sales, in Latin America these have been scarce. Even more so in those related to aspects such as self-efficacy, stress and sales productivity, which is nil. The line that divides the work and personal lives of workers is increasingly blurred, and in particular of salespeople who work longer hours, perform multiple tasks, and many times report feeling increasingly overwhelmed by their work. This research studies the effect of work overload and self-efficacy on the business productivity of Latin American industrial sales executives. A quantitative investigation was developed with a sample of 149

vendors using constructs with established scales, in turn, confirmatory factor analysis was used, and the model parameters were estimated using the maximum likelihood method. It was concluded for the case study, self-efficacy is negatively related to work stress, and this is negatively related to business productivity. Therefore, self-efficacy is positively related to sales productivity. Finally, the results of the study and its limitations are discussed.

Key Words: Self-efficacy; stress; sales productivity; business-to-business; Latin American.

INTRODUCCIÓN

La autoeficacia se puede definir como la creencia que tiene la gente acerca de su capacidad de generar un impacto en los acontecimientos que afectan a sus vidas (Mills, Reiss, y Dombeck, 2008). Afecta a la persistencia, al esfuerzo en el trabajo, al interés expresado, y en el nivel de la dificultad seleccionado para el rendimiento (Gist, 1987). A menos que las personas creen que pueden producir efectos deseados y evitar los no deseados por sus acciones, no tendrá incentivo alguno para actuar o para perseverar en medio de las dificultades (Bandura, 2000). De esta manera, la autoeficacia es un constructo multidimensional que varía según el dominio de las demandas (Zimmerman, 2000).

Creencias de autoeficacia regulan el funcionamiento humano a través de cuatro procesos principales: cognitivo, motivacional, afectivo y de selección de procesos (Schwarzer, 2014). Es importante mencionar que los efectos de la autoeficacia pueden cambiar con el tiempo (Yeo y Neal, 2006). Judge y Bono

(2001) demuestran que la autoestima, la autoeficacia generalizada, el locus de control y la estabilidad emocional se encuentran entre los mejores predictores de la satisfacción y el desempeño laboral.

Los empleados con mayor autoeficacia profesional percibirán desafíos y obstáculos, y esto, a su vez, se relacionará con un mayor compromiso y en un menor agotamiento laboral (Ventura, Salanova, y Llorens, 2015). La autoeficacia media parcialmente la relación entre la autonomía laboral, la satisfacción laboral, y el desempeño laboral (Saragih, 2015). De esta forma, la autoeficacia es relevante para el buen desempeño y productividad de los trabajadores de una empresa.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

En Latinoamérica existe poca investigación asociada a la gestión comercial y las ventas. Esta es más bien dispersa y abarca solamente algunos tópicos. Más aún, no existen investigaciones que relacionen los temas de estudio de este artículo: autoeficacia, estrés y productividad comercial de ejecutivos de ventas industriales. Los

investigadores desarrollaron un proceso de búsqueda a través de Google Scholar de aquella literatura científica relacionada a gestión comercial y las ventas industriales (en inglés, B2B o Business to Business) con foco en países latinoamericanos que haya sido publicada en revistas científicas arbitradas entre los años 2015 y lo que va del año 2021 (ediciones publicadas hasta el mes de febrero del presente año). Tan solo se encontraron un total de once artículos que abordan temas relacionadas a la gestión comercial y las ventas. Presentamos los resultados en la Tabla 1.

Tabla 1. *Literatura Relevante sobre la gestión comercial y las ventas con foco en Latinoamérica*

Estudio	País de la Muestra	Tipo de Estudio	Principales Hallazgos
Bullemore-Campbell y Cristiobal-Fransi (2016a)	Chile	Empírico	Gestión de la fuerza de ventas
Janakiraman, Bullemore, Valenzuela-Fernández, y Jaramillo (2019)	Chile & Estados Unidos	Empírico	Habilidades Comerciales, escucha activa empática
Bullemore-Campbell y Cristiobal-Fransi (2018)	Perú	Empírico	Gestión de la fuerza de ventas
Bullemore-Campbell y Cristiobal-Fransi (2016b)	Chile	Empírico	Gestión de Recursos Humanos
Bullemore, Anlanger y Görne (2020)	Chile & Austria	Empírico	Influencia cultural en comportamientos de vendedores
Bullemore-Campbell y Cristiobal-Fransi (2021)	Chile	Empírico	Efectos del Covid-19 en las fuerzas de ventas.
Kairisto-Mertanen, Görne, Anlanger, Bullemore y Pullins (2019)	Finlandia, Alemania, Austria, Chile y Estados Unidos	Descriptivo	Ingeniería en Ventas
Haro y Espinoza (2017)	Regional	Descriptivo	Trade Marketing
Vila-López y otros (2015)	México	Empírico	Formación Fuerza de Ventas
Pairazamán (2019)	Perú	Empírico	Estrategia de ventas
Orozco León y Palomino Altamirano (2016)	Perú	Empírico	Neuroventas
Sierra, Moreno y Silva (2015)	Colombia	Estudio de Caso	Canales de distribución

Fuente: Elaboración Propia, 2021

Hofstede (2011) formuló un marco teórico basado en la comprensión y la adaptación a las comunicaciones interculturales, y examinando los resultados de las opiniones de los empleados globales sobre valores. Los hallazgos fueron los primeros en explicar de manera cuantificable las diferencias observadas entre culturas. El marco original incluía cuatro dimensiones: individualismo-colectivismo; evitación de la incertidumbre; distancia de poder y masculinidad-feminidad. Basándonos en la investigación realizada por Hofstede, podemos agregar que cada país tiene las mismas raíces culturales y el mismo idioma, el nivel cultural es diferente.

El trabajo posterior de Hofstede agregó dos dimensiones: orientación a largo plazo y complacencia (Rodríguez y Boyer, 2018). Destacamos el estudio de publicado en 2020 por Bullemore, Anlanger y Görne, donde analizaron la influencia cultural (individualista vs colectivista) en la regulación de las emociones, el conflicto interpersonal, la orientación al cliente y el desempeño laboral de los vendedores incluyendo una muestra de Chile.

El estrés laboral es un problema para trabajadores y empleadores (Boyd, Lewin y Sager, 2009). La autoeficacia y el estrés son conceptos estrechamente relacionados (Zajacova, Lynch, y Espenshade, 2005; Karatepe, Arasli, y Khan, 2007), y afecta a la percepción de las demandas externas y media la relación entre los factores de estrés externos y el estrés psicológico (Bandura, 1995). Un mayor control del trabajo redujo el efecto perjudicial del estrés laboral en empleados solo para aquellos que perciben altos niveles de autoeficacia (Jimmieson, 2000).

Algunas investigaciones apoyan la opinión de que la autoeficacia percibida opera como un mediador cognitivo de las reacciones de estrés (Bandura, Taylor, Williams, Mefford, y Barchas, 1985, Bandura 1985). En la investigación de Shoji et al. (2016) se observaron relaciones significativas entre la autoeficacia y el agotamiento laboral en varios países, aunque la fuerza de las asociaciones varía entre los componentes del agotamiento laboral, la profesión de los participantes y su edad.

En el caso de las personas de ventas, la autoeficacia ayuda a gestionar la complejidad en general, pero crea un mayor estrés de rol frente a la complejidad del cliente (Schmitz y Ganesan, 2014). El estrés de los roles y la sobrecarga de trabajo median el efecto de la autoeficacia en las recompensas por capacidad y la satisfacción salarial. La autoeficacia proporciona a los vendedores el enfoque y la confianza necesarios para invertir sus recursos para realizar el trabajo de ventas sin sentirse abrumados o frustrados (Mulki, Lassk y Jaramillo, 2008). Los vendedores de alto rendimiento tienden a verse más afectados por la distracción y el estrés de la sobrecarga que los de bajo rendimiento (Brown, Jones y Leigh, 2005).

Se han desarrollado investigaciones en diferentes temas de investigación tratando de vincular la autoeficacia y el desempeño. Por ejemplo, en “autoeficacia empresarial” (Hallak, Assaker y O’Connor, 2014), autoeficacia académica (Honicke y Broadbent, 2016; Zajacova et al. 2005), y venta personal (Fu, Richards, Hughes y Jones, 2010; Sager, Strutton y Johnson,

2006). Lewin y Sager (2010) sugieren que la autoeficacia combinada con enfrentar problemas puede reducir significativamente las intenciones de rotación de vendedores. De esta manera, la investigación demuestra una correlación promedio ponderada significativa entre la autoeficacia y el desempeño relacionado con el trabajo (Stajkovic y Luthans, 1998). La autoeficacia tiene un efecto positivo sobre el desempeño posterior (Beattie, Woodman, Fakehy y Dempsey, 2016, Khedhaouria, Gurău y Torrès, 2015; Schwarzer, 2014) y sobre la cantidad de tareas comprometidas (Vancouver, Gullekson, Morse y Warren, 2014). Los empleados que sienten una mayor autoeficacia tienen más probabilidades de movilizar sus recursos laborales ese día (Tims, Bakker y Derks, 2014). A pesar de lo anterior, otros resultados de investigación indicaron que la eficacia colectiva es un mejor predictor de resultados del desempeño del grupo que la autoeficacia (Khong, Liem, y Klassen, 2017).

Durante muchos años, cientos de estudios han encontrado una relación positiva entre la autoeficacia y el rendimiento, algunos estudios han encontrado una relación negativa cuando el análisis se realiza a lo largo del tiempo en lugar de entre individuos. Autoeficacia puede conducir a exceso de confianza y por lo tanto el aumento de la probabilidad de cometer errores durante el proceso (Vancouver, Thompson, Tischner y Putka, 2002). Algunos estudios cuestionan la correlación positiva entre la autoeficacia, las metas personales y el desempeño (Vancouver, Thompson y Williams, 2001). Investigaciones recientes han desafiado la visión convencional de la autoeficacia como una influencia positiva en el desempeño, encontrando una relación interna negativa entre la autoeficacia y el desempeño (Schmidt y DeShon, 2010). También un efecto moderador negativo en la relación entre el comportamiento de improvisación del emprendedor y la satisfacción laboral (Hmieleski y Corbett, 2008). La relación dentro de la persona entre la autoeficacia y el desempeño posterior está moderada por el grado de éxito o fracaso anterior de uno (Schmidt y DeShon, 2009). Algunas de las cosas

que pueden moderar la relación entre la eficacia personal y el rendimiento son la sobrecarga del rol (Brown et al. 2005), la concordancia (Moritz, Feltz, Fahrback y Mack, 2000), la retroalimentación del desempeño (Beattie et al. 2016). La autoeficacia, como moderadora, aumentó el efecto positivo del conflicto trabajo-familia sobre el estrés laboral, pero atenuó el efecto del conflicto familia-trabajo (Chelariu y Stump, 2011).

De todos modos, el papel de las creencias de autoeficacia merece más atención (Alessandri, Borgogni, Schaufeli, Caprara y Consiglio, 2015). En general, los hallazgos demostraron que el compromiso laboral y las creencias de autoeficacia laboral se refieren a mecanismos clave que convierten el apoyo organizacional percibido en desempeño laboral. (Alessandri et al. 2015).

En el pleno año 2021, incluyendo la pandemia por Covid-19 se ha ido borrando la línea divisora entre el trabajo y la vida fuera del trabajo, lo que genera que los empleados trabajen por más horas y realicen múltiples tareas, según nos ilustran Mulki et al. (2008) existe evidencia de que el estrés del rol y la sobrecarga laboral median el efecto de la autoeficacia en las recompensas por capacidad y la satisfacción salarial.

En consecuencia, de la revisión de la literatura, formulamos las siguientes hipótesis de investigación sobre autoeficacia, estrés y productividad comercial de ejecutivos de ventas industriales latinoamericanos:

Hipótesis 1: La autoeficacia se relaciona negativamente con el estrés laboral.

Hipótesis 2: El estrés laboral se relaciona negativamente con la productividad comercial.

Hipótesis 3: La autoeficacia se relaciona positivamente con la productividad comercial.

MÉTODO

Para recopilar datos para este estudio, recibimos la cooperación exalumnos de un programa latinoamericano de formación comercial para ejecutivos de cuentas industriales. Se eligió este grupo porque los vendedores operan en un entorno competitivo y es habitualmente se enfrentan con altos niveles de estrés. El éxito en estos mercados dependerá de la capacidad del vendedor para proporcionar de forma continua un nivel excepcional de servicio que cumpla o supere las expectativas de clientes. Algunos vendedores industriales pueden encontrar intolerables estas condiciones laborales, mientras que otros pueden encontrarlas desafiantes. Para levantar la información para este estudio de campo enviamos un correo electrónico invitando a 304 ejecutivos de ventas industriales que trabajan en Latinoamérica donde describimos los objetivos de la investigación y solicitando su participación en la encuesta. A su vez, un vínculo con el cuestionario de la encuesta.

El correo electrónico también aseguró la confidencialidad de las respuestas individuales. Dos semanas después del primer envío, los investigadores enviaron un segundo recordatorio personalizado, agradeciendo a los que respondieron y solicitando la participación de los que aún no habían respondido. Se recibió un total de 149 respuestas completas con una tasa de respuesta del 49%. La edad de los encuestados osciló entre 25 y 65 años, con una media de 37,9 años (desviación estándar [DE] = 8,76); 53 eran mujeres y 96 hombres. La experiencia de venta osciló entre unos pocos meses y los 43 años, con una media de 5,54 años (DE = 5,59). Un 53,7% eran trabajadores en Chile, un 13,9% del Perú, 10% de Colombia, 6% de Argentina, 4,6% de México, 11,8% de otros países (incluyendo Costa Rica, Panamá, Ecuador y Bolivia).

MEDICIONES

Todos los constructos incluidos en este estudio fueron operacionalizados con escalas establecidas. La autoeficacia se midió mediante la escala de tres ítems

de Wang y Netemeyer (2002). Un ítem típico era: "En general, estoy seguro de mi capacidad para realizar bien mi trabajo" (α de Cronbach = 0,90). La sobrecarga de trabajo y estrés se puso en práctica utilizando la escala de cinco ítems de Roberts, Lapidus y Chonko (1997). Un elemento de la muestra fue "Tengo una carga de trabajo excesiva" (α de Cronbach = 0,82).

Se utilizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) para investigar las propiedades de medición de las escalas utilizadas en este estudio (Anderson y Gerbing, 1988; Hair et al. 1998). Los parámetros del modelo se estimaron utilizando el método de máxima verosimilitud, CALIS-Procedimiento de SAS 8.0. Los índices resultantes sugieren un ajuste aceptable ($\chi^2 = 221,59$, grados de libertad [gl] = 133, $p < 0,01$; error cuadrático medio de aproximación [RMSEA] = 0,071, IC 90% 0,054 a 0,086; índice de ajuste comparativo [CFI] = 0,93; índice de ajuste normalizado [NFI] = 0,84; índice no normalizado de Bollen [NNI] = 0,90), especialmente dado que la potencia del modelo de medición era alta, $\pi = 0,96$, $\alpha = 0,05$, RMSEA $< 0,08$ (MacCallum, Browne, y Sugawara 1996).

DESARROLLO Y RESULTADOS

Las pruebas de hipótesis se trabajaron siguiendo un proceso de dos pasos. Primero, el ajuste general del modelo se evaluó con una evaluación de chi-cuadrado, RMSEA, CFI, NFI y NNI de Bollen. En segundo lugar, los signos y estadísticas la significancia de los coeficientes de trayectoria se utilizaron para la hipótesis pruebas. El ajuste general del modelo fue aceptable ($\chi^2 = 202,44$, $gl = 137$, $p < 0,01$; $RMSEA = 0,059$, $IC 0,042$ a $90\% 0,077$; $CFI = 0,94$; $NFI = 0,85$; NNI de Bollen = $0,93$). El poder estadístico del modelo también fue alto en $\pi = 0,96$ ($\alpha = 0,05$, $RMSEA < 0,08$).

Los resultados muestran que todas las hipótesis fueron apoyadas (ver Tabla 2). La autoeficacia se relaciona negativamente con el estrés laboral (H1: $\beta = -0,18$, $t = -2,1$), el estrés laboral se relaciona negativamente con la productividad comercial (H2: $\gamma = -0,30$, $t = -2,3$). Finalmente, la autoeficacia se relaciona positivamente con la productividad comercial.

Tabla 2. Resultados hipótesis

Hipótesis	Resultado
H1: La autoeficacia se relaciona negativamente con el estrés laboral.	Aceptado
H2: El estrés laboral se relaciona negativamente con la productividad comercial.	Aceptado
H3: La autoeficacia se relaciona positivamente con la productividad comercial.	Aceptado

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

CONCLUSIONES

En concordancia con el estudio de Mulki et al. (2008), la autoeficacia proporciona a los vendedores el foco y la confianza necesarios para usar los recursos disponibles para realizar el trabajo de ventas sin sentirse abrumados ni frustrados. Específicamente, en el caso de los vendedores industriales de origen latinoamericano nuestros hallazgos proporcionan evidencia de que los altos niveles de autoeficacia explican los niveles más bajos de estrés. Esto puede aclarar por qué los vendedores con niveles más altos de autoeficacia se

desempeñan mejor, particularmente cuando interactúan con clientes exigentes (Ahearne, Mathieu y Rapp, 2005). Por el contrario, los vendedores con una menor autoeficacia se sienten perdidos, en conflicto y tienden a experimentar mayores niveles de estrés laboral, lo que exacerba las percepciones de sobrecarga laboral. Una carga de trabajo excesiva puede hacer que los vendedores crean que el trabajo no les permite producir su mejor desempeño y que sus verdaderas capacidades no son reconocidas ni recompensadas adecuadamente.

Como predictor del desempeño, la autoeficacia puede usarse en el proceso de reclutamiento y selección de ventas. Sugerimos que, durante el proceso de la entrevista laboral, los reclutadores valoren el nivel de autoeficacia del postulante, así como también otras características como la asertividad o la extroversión. Por lo tanto, podría resultar útil identificar el nivel de autoeficacia del postulante en el proceso de selección. La autoeficacia puede ser incluso más importante en un contexto de ventas donde los vendedores de campo están aislados de la organización de ventas. En

ausencia de una supervisión y guía cercana, un vendedor auto eficaz puede sentirse más cómodo al manejar situaciones complejas.

Los instrumentos de autoeficacia están disponibles para su uso en el proceso de reclutamiento y selección, y los gerentes de ventas también pueden identificar la autoeficacia durante las entrevistas de trabajo. Por lo tanto, contratar vendedores que crean que son competentes para tener éxito debería ser de suma importancia para contrarrestar las crecientes demandas de los empleados en el lugar de trabajo.

Las crecientes exigencias laborales han convertido el trabajo de ventas en una ocupación muy estresante. Este estudio proporciona evidencia del papel fundamental que juega la autoeficacia en las evaluaciones de un vendedor sobre las exigencias laborales. Además de definir las percepciones del estrés, la autoeficacia puede amortiguar el impacto negativo de los factores estresantes en la tensión de vendedores industriales.

LIMITACIONES

Este estudio tiene ciertas limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados. El primero es el uso de escalas subjetivas y autoinformes para evaluar actitudes y comportamientos, lo que puede influir en las correlaciones entre constructos debido al sesgo del método común. Sin embargo, se tomaron varias medidas durante el proceso de recopilación de datos para minimizar el sesgo del método común, a saber, garantizar el anonimato y dispersar cuidadosamente los elementos invertidos. En segundo lugar, este estudio se basa en datos recopilados tan solo de vendedores de algunos países de la región latinoamericana. Se necesita investigación adicional para investigar si las relaciones del modelo se mantienen en otros entornos.

BIBLIOGRAFÍA

Ahearne, M., Mathieu, J., y Rapp, A. (2005). To empower or not to empower your sales force? An empirical

examination of the influence of leadership empowerment behavior on customer satisfaction and performance. *Journal of Applied psychology*, 90(5), 945-955. doi.org: 10.1037/0021-9010.90.5.945

Alessandri, G., Borgogni, L., Schaufeli, W. B., Caprara, G. V., y Consiglio, C. (2015). From positive orientation to job performance: The role of work engagement and self-efficacy beliefs. *Journal of Happiness Studies*, 16(3), 767-788.

doi.org: 10.1007/s10902-014-9533-4.

Anderson, J. C., y Gerbing, D. W. (1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach". *Psychological Bulletin*, 103 (May), 411-423. doi.org: 10.1037/0033-2909.103.3.411

Bandura, A. (1985). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, N J: Prentice-Hall.

Bandura, A., Taylor, C. B., Williams, S. L., Mefford, I. N., y Barchas, J. D. (1985). Catecholamine secretion as a function of perceived coping self-efficacy.

Journal of consulting and clinical psychology, 53(3), 406-414.

Bandura, A. (1995). Exercise of personal and collective efficacy in changing societies. Self-efficacy in changing societies. Self-efficacy in changing societies, 1-45.

Bandura, A. (2000). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. Handbook of principles of organization behavior, 2, 0011-21. doi.org: 10.1002/9781119206422

Beattie, S., Woodman, T., Fakehy, M., y Dempsey, C. (2016). The role of performance feedback on the self-efficacy–performance relationship. Sport, Exercise, and Performance Psychology, 5(1), 1-13. doi.org: 10.1037/spy0000051

Boyd, N. G., Lewin, J. E., y Sager, J. K. (2009). A model of stress and coping and their influence on individual and organizational outcomes. Journal of Vocational Behavior, 75(2), 197-211. doi.org: 10.1016/j.jvb.2009.03.010

Brown, S. P., Jones, E., y Leigh, T. W. (2005). The attenuating effect of role overload on relationships linking self-efficacy and goal level to work

performance. Journal of Applied Psychology, 90(5), 972-979.

doi.org: 10.1037/0021-9010.90.5.972

Bullemore-Campbell, J., y Cristóbal-Fransi, E. (2016a). La gestión de las fuerzas de ventas, un estudio exploratorio a través del método Delphi aplicado a las empresas chilenas y propuestas de mejoras. RAN - Revista Academia & Negocios, 2(2), 1-16.

Bullemore-Campbell, J., y Cristóbal-Fransi, E. (2016b). La gestión de los recursos humanos en las fuerzas de ventas, un estudio exploratorio a través del Método Delphi aplicado a las empresas chilenas. Neumann Business Review, 2(2) 48-71. doi.org: 10.22451/3002.nbr2015.vol1.1.4003

Bullemore-Campbell J., y Cristóbal-Fransi E. (2018). La gestión de los recursos humanos en las fuerzas de ventas, un estudio exploratorio a través del Método Delphi aplicado a las empresas peruanas. Iberoamerican Business Journal, 2(1), 18-43. doi.org: 10.22451/5817.ibj2018.vol2.1.11014

Bullemore-Campbell, J., y Cristóbal-Fransi, E. (2021). La dirección comercial en época de pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Información tecnológica*, 32(1), 199-208.

doi.org: 10.4067/S0718-07642021000100199

Bullemore-Campbell, J. Anlanger, R. y Görne, J. (2020). Cultural influence in salespeople behaviors and emotional regulation. *Revista Espacios*, 41 (25), 267-276.

Chelariu, C., y Stump, R. (2011). A study of work-family conflict, family-work conflict and the contingent effect of self-efficacy of retail salespeople in a transitional economy. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1660-1679.

doi.org: 10.1108/03090561111167333

Fu, F. Q., Richards, K. A., Hughes, D. E., y Jones, E. (2010). Motivating salespeople to sell new products: The relative influence of attitudes, subjective norms, and self-efficacy. *Journal of Marketing*, 74(6), 61-76. doi.org: 10.1509/jmkg.74.6.61

Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of management review*, 12(3), 472-485. doi.org: 10.5465/amr.1987.4306562

Hair, J. F., Anderson, R., Tatham, R. L. y Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, 4th ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hallak, R., Assaker, G., y O'Connor, P. (2014). Are family and nonfamily tourism businesses different? An examination of the entrepreneurial self-efficacy-entrepreneurial performance relationship. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(3), 388-413. doi.org: 10.1177/1096348012461545

Haro, M., y Espinoza, E. (2017). Trade marketing como estrategia para el incremento de ventas. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 3, 1-8.

Hmieleski, K. M., y Corbett, A. C. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *Journal of business*

venting, 23(4), 482-496. doi.org:
10.1016/j.jbusvent.2007.04.002

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online readings in psychology and culture*, 2(1), 2307-0919.

Honicke, T., y Broadbent, J. (2016). The influence of academic self-efficacy on academic performance: A systematic review. *Educational Research Review*, 17, 63-84. doi.org:
10.1016/j.edurev.2015.11.002

Janakiraman, N., Bullemore, J., Valenzuela-Fernández, L. y Jaramillo, J.F. (2019). "Listening and perseverance – two sides to a coin in quality evaluations", *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), 72-81.

doi.org: 10.1108/JCM-11-2016-2000

Jimmieson, N. L. (2000). Employee reactions to behavioral control under conditions of stress: The moderating role of self-efficacy. *Work & Stress*, 14(3), 262-280. doi.org:
10.1080/02678370010015343

Judge, T. A., y Bono, J. E. (2001). Relationship of core self-evaluations

traits—self-esteem, generalized self-efficacy, locus of control, and emotional stability—with job satisfaction and job performance: A meta-analysis. *Journal of applied Psychology*, 86(1), 80-92. doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.80

Kairisto-Mertanen, L. Görne, J. Anlanger, R. Bullemore, J. y Pullins, E. (2019). The Status of Sales Engineering Education. *Proceedings of the GSSI conference 2019 in Panama City*. 14-19.

Karatepe, O. M., Arasli, H., y Khan, A. (2007). The impact of self-efficacy on job outcomes of hotel employees: Evidence from Northern Cyprus. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(4), 23-46. DOI:
10.1300/J149v08n04_02

Khedhaouria, A., Gurău, C., y Torrès, O. (2015). Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 44(3), 485-504. doi.org: 10.1007/s11187-014-9608-y

Khong, J. Z., Liem, G. A. D., y Klassen, R. M. (2017). Task performance in small group settings: the role of group

members' self-efficacy and collective efficacy and group's characteristics. *Educational Psychology*, 37(9), 1082-1105.

doi.org:

10.1080/01443410.2017.1342767

Lewin, J. E., y Sager, J. K. (2010). The influence of personal characteristics and coping strategies on salespersons' turnover intentions. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 30(4), 355-370. doi.org: 10.2753/PSS0885-3134300405

MacCallum, R. C., Browne, M. W., y Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological methods*, 1(2), 130-149.

Mills, H., Reiss, N., y Dombeck, M. (2008). Self-efficacy and the perception of control in stress reduction. *Mental Help*.

Moritz, S. E., Feltz, D. L., Fahrbach, K. R., y Mack, D. E. (2000). The relation of self-efficacy measures to sport performance: A meta-analytic review. *Research quarterly for exercise and sport*, 71(3), 280-294.

doi.org:

10.1080/02701367.2000.10608908

Mulki, J. P., Lassk, F. G., y Jaramillo, F. (2008). The effect of self-efficacy on salesperson work overload and pay satisfaction. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 28(3), 285-297. doi.org: 10.2753/PSS0885-3134280305

Orozco León, Z. A. D. M., y Palomino Altamirano, A. L. (2016). Características del modelo persuasivo de Neuromarketing y el nivel de ventas del diario Perú 21 de prensa escrita nacional.

Pairazamán, A. E. (2019). Aplicación de estrategias de ventas de tarjetas crediticias para incentivar al comercio electrónico en los clientes de una cadena de bancos en Perú. *Revista Científica de la UCSA*, 6(1), 23-32.

Roberts, J. A., Lapidus, R. S., y Chonko, L. B. (1997). Salespeople and stress: The moderating role of locus of control on work stressors and felt stress. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 5(3), 93-108.

doi.org:

10.1080/10696679.1997.11501773

Rodriguez, M., y Boyer, S. (2018). Developing Tomorrow's Global Sales Leader: Adapting to Cultural Differences Utilizing Role Play. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 26, 31-38.

Sager, J. K., Strutton, H. D., y Johnson, D. A. (2006). Core self-evaluations and salespeople. *Psychology & Marketing*, 23(2), 95-113.

doi.org: 10.1002/mar.20102

Saragih, S. (2015). The effects of job autonomy on work outcomes: Self efficacy as an intervening variable. *International Research Journal of Business Studies*, 4(3), 203-215. doi.org: 10.21632/irjbs.4.3.203-215

Schmidt, A. M., y DeShon, R. P. (2009). Prior performance and goal progress as moderators of the relationship between self-efficacy and performance. *Human Performance*, 22(3), 191-203. doi.org: 10.1080/08959280902970377

Schmidt, A. M., y DeShon, R. P. (2010). The moderating effects of performance ambiguity on the relationship between self-efficacy and

performance. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 572-581. doi.org: 10.1037/a0018289

Schmitz, C., y Ganesan, S. (2014). Managing customer and organizational complexity in sales organizations. *Journal of Marketing*, 78(6), 59-77.

doi.org: 10.1509/jm.12.0296

Schwarzer, R. (Ed.). (2014). *Self-efficacy: Thought control of action*. Taylor & Francis.

Shoji, K., Cieslak, R., Smoktunowicz, E., Rogala, A., Benight, C. C., y Luszczynska, A. (2016). Associations between job burnout and self-efficacy: a meta-analysis. *Anxiety, Stress, & Coping*, 29(4), 367-386.

doi.org:

10.1080/10615806.2015.1058369

Sierra, C., Moreno, J., y Silva, H. (2015). Canales de distribución: características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera en Barranquilla-Colombia. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 17(3), 512-529.

Stajkovic, A. D., y Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 124(2), 240.

doi.org:10.1037/0033-2909.124.2.240

Tims, M., B. Bakker, A., y Derks, D. (2014). Daily job crafting and the self-efficacy–performance relationship. *Journal of Managerial Psychology*, 29(5), 490-507. doi.org: 10.1108/JMP-05-2012-0148

Vancouver, J. B., Thompson, C. M., y Williams, A. A. (2001). The changing signs in the relationships among self-efficacy, personal goals, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 86(4), 605-620.

doi.org: 10.1037/0021-9010.86.4.605

Vancouver, J. B., Thompson, C. M., Tischner, E. C., y Putka, D. J. (2002). Two studies examining the negative effect of self-efficacy on performance. *Journal of applied psychology*, 87(3), 506-516. doi.org: 10.1037/0021-9010.87.3.506

Vancouver, J. B., Gullekson, N. L., Morse, B. J., y Warren, M. A. (2014). Finding a between-person negative effect of self-efficacy on performance: Not just a within-person effect anymore. *Human Performance*, 27(3), 243-261.

doi.org:
10.1080/08959285.2014.913593

Ventura, M., Salanova, M., y Llorens, S. (2015). Professional self-efficacy as a predictor of burnout and engagement: The role of challenge and hindrance demands. *The Journal of psychology*, 149(3), 277-302.

doi.org:
10.1080/00223980.2013.876380

Vila-Lopez, N., Kuster-Boluda, I., y Escamilla-Santana, M. A. (2015). Formación para fuerza de ventas mexicana. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 21(3), 358-372.

Wang, G., y Netemeyer, R. G. (2002). The Effects of Job Autonomy, Customer Demandingness, and Trait Competitiveness on Salesperson Learning, Self-Efficacy, and Performance,” *Journal of the Academy of*

Marketing Science, 30 (4), 217–228.
doi.org: 10.1177/0092070302303003

Yeo, G. B., y Neal, A. (2006). An examination of the dynamic relationship between self-efficacy and performance across levels of analysis and levels of specificity. *Journal of Applied Psychology*, 91(5), 1088-1101.

doi.org: 10.1037/0021-9010.91.5.1088

Zajacova, A., Lynch, S. M., y Espenshade, T. J. (2005). Self-efficacy, stress, and academic success in college. *Research in higher education*, 46(6), 677-706. doi.org: 10.1007/s11162-004-4139-z

Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology* 25(1): 82–91. doi.org: 10.1006/ceps.1999.1016