

RELACIONES HUMANAS II

Unidad 2

2° parte

ACTITUDES

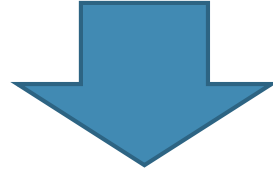
Al igual que los valores, **son adquiridas** como resultado de la incorporación del individuo a los modos y costumbres de una sociedad. Son representaciones psicológicas de la influencia de la sociedad y la cultura sobre el individuo.

Las actitudes se definen como **evaluaciones globales de una persona, un objeto, un lugar o un asunto que influyen el pensamiento y la acción.** Es decir, las actitudes **son expresiones básicas de aprobación o desaprobación, favorabilidad o no, gustos y disgustos.** Ejemplos incluirían gustar del helado o transmitir los valores de un partido político particular.

Componentes de las actitudes:

1. Cognoscitivo.
2. Afectivo.
3. Conductual.

Buscamos mostrar **CONSISTENCIA** entre nuestras actitudes y nuestro comportamiento



Ante posibles contradicciones → **modificación** en relación a alguno de sus componentes:

- Conducta
- Nos informamos más sobre el tema u objeto
- Analizamos las emociones que tenemos al respecto

¿Cómo las adquirimos?

- Por contacto directo
- Por interrelación con personas que sustentan dicha actitud
- Por valores de crianza

ACTITUDES EN EL TRABAJO

La importancia de las **relaciones de comportamiento y actitudes**, se pueden demostrar mejor al examinar 2 actitudes frente al trabajo:

- satisfacción en el puesto
- compromiso organizacional.

SATISFACCIÓN EN EL PUESTO

Fuentes de satisfacción en el trabajo:

Una persona puede estar satisfecho en algunos aspectos del puesto (por ej. la seguridad) y no en otros (ej. el salario).

Las fuentes de satisfacción e insatisfacción varían de una persona a otra.

Generalidades:

- reto en el trabajo (que sea un desafío),
 - grado de interés de las labores para la persona,
 - grado de actividad física necesaria,
 - condiciones de trabajo,
 - tipos de estímulo que la organización brinda,
 - la naturaleza de los compañeros, etc.
- la satisfacción debe considerarse sobre todo resultado de la experiencia de trabajo de la persona.

ACTITUDES EN EL TRABAJO

Relación con el comportamiento en el trabajo:

El sentido común indica que la satisfacción conduce directamente a un desempeño eficaz de las tareas. Sin embargo, muchas veces no existe un vínculo sencillo, directo, entre las actitudes y el desempeño en el trabajo.

Se puede estar satisfecho con el trabajo pero no con una tarea en particular o con un aspecto determinado.

EN GENERAL:

Las organizaciones con empleados satisfechos tienden a ser más eficaces que las que tienen empleados insatisfechos.

VALORES

Los valores son el componente nuclear de un conjunto de actitudes que orienta la conducta.

Son principios rectores de nuestra forma de actuar.

Para una organización los valores serán aquellos principios que, permitiéndole cumplir con su visión y su misión, representen las cualidades más apreciadas en ese ámbito.

- La gente no nace con un conjunto de valores en particular, sino **que se aprenden durante el desarrollo**. Los valores varían de una persona a otra. Por eso, deben ser definidos por cada organización y no copiados de un modelo a seguir. **Los valores dan sustento y forma a la visión de la organización.**
- **Los valores son importantes para el estudio del comportamiento organizacional, porque establecen las bases para la comprensión de las actitudes y la motivación, y porque influyen en nuestras percepciones.**
- Los individuos ingresan a una organización con nociones preconcebidas de lo que “debe” y lo que “no debe” hacerse. Estas nociones no están libres de valores, sino que contienen interpretaciones de lo correcto y lo incorrecto. Aún más, implican que ciertos comportamientos o resultados se prefieren sobre otros. Como efecto negativo los valores pueden entorpecer la objetividad y/o la racionalidad.
- Saber que los valores de los individuos varían pero que tienden a reflejar los valores sociales del periodo en que crecieron, puede ser de ayuda para la explicación y predicción del comportamiento.

LA VIDA AFECTIVA

- Emociones
- Sentimientos
- Estados de ánimo

Las **emociones** se generan como **respuesta a un acontecimiento externo o interno**. Representan un estado afectivo más rudimentario que los sentimientos y son intensas por lo cual bloquean los procesos de pensamiento. Las emociones son parte integral e inseparable de la vida organizacional. Los empleados son personas y es la sensación y expresión de las emociones lo que los hace humanos. Son ejemplos: La alegría, la compasión, la ira, el asco, el miedo, la ansiedad.

LA VIDA AFECTIVA

- Emociones
- Sentimientos
- Estados de ánimo

Los **sentimientos** emplean identificaciones con otros de manera estable o permanente. Son formas de vínculos más regulares. Son formas más elaboradas y complejas. Son ejemplos: El amor, el odio, culpa, indiferencia, celos y envidia.

Ayudan a determinar las causas de las acciones que emprende una persona.

Un sentimiento es una emoción hecha consciente. Esta consciencia permite la intervención de la voluntad para prolongar el sentimiento o para acortar su duración.

LA VIDA AFECTIVA

- Emociones
- Sentimientos
- Estados de ánimo

Los estados de ánimo proporcionan un contexto afectivo para los procesos de pensamiento y conducta, sin interrumpirlos necesariamente o demandar atención. Los estados anímicos enmarcan las conductas desde las cuales realizamos nuestras acciones, mientras que las emociones tienen que ver con la forma en que respondemos a los sucesos. Con los estados de ánimo enmarcamos el horizonte de posibilidades. Cuando estamos en un determinado estado de ánimo, nos comportamos dentro de los parámetros que tal estado determina en nosotros.

LA VIDA COGNOSCITIVA

Percepción

- Atención.
- Percepción.
- Memoria.
- Pensamiento.
- Lenguaje.
- Aprendizaje.

La percepción es el proceso por el cual la gente selecciona, organiza, interpreta y responde a la información sobre el mundo que la rodea. Dicha información se capta por medio de los sentidos: vista, oído, gusto, olfato y tacto. Representa el proceso psicológico por el cual reunimos información del medio y le damos sentido a nuestro mundo.

ETAPAS DEL PROCESO DE PERCEPCIÓN

- 1) la exposición al estímulo,
- 2) la atención con respecto al estímulo,
- 3) la interpretación de este o atribución de significado

Condiciones de la atención

Potencia del estímulo: por ejemplo un sonido fuerte, colores estridentes. Un estímulo movilizador.

Cambio: se presenta un cambio que modifica nuestro campo de percepción, nuestra mente es atrapada por los estímulos que modifican la situación de estabilidad. Por ejemplo todo conocimiento novedoso se aprende más rápido.

Tamaño: por ejemplo un anuncio de hoja completa en el diario o un cartel bien grande en el lugar de trabajo.

Repetición: La reiteración llama la atención, pero luego produce acostumbramiento.

Intereses/Necesidades: hombre sediento prestará más atención a estímulos relacionados con la satisfacción de la necesidad.

Sugestión social: tendencia del grupo.

Curso del pensamiento: el pensamiento sigue ideas, si se relaciona con el estímulo lo captamos más fácilmente

La interpretación

- Luego de la captación, **la persona organiza los estímulos seleccionados en patrones significativos**. La forma en que las personas interpretan lo que perciben es variable. A su vez, lo que uno percibe puede ser diferente de la realidad objetiva.
- **El comportamiento de la gente está basado en su percepción de la realidad**. Por este motivo es importante que los miembros de una organización reconozcan que las percepciones de los acontecimientos y de la conducta de los demás pueden ser incorrectas en algunas circunstancias.
- **En general, tendemos a interpretar lo que sucede a nuestro alrededor según lo que percibimos, no como realmente es.**

La percepción está relacionada a cómo la gente interpreta las cosas en el mundo externo, y como actúa en base a esas apreciaciones.

Las percepciones en el trabajo son importantes.

Las percepciones favorables conducen a un mejor desempeño. Aquí vamos a poner atención en dos aspectos de la percepción que preocupan a los administradores:

- 1) las distorsiones y problemas perceptivos y
- 2) la forma en que la gente atribuye causas a los hechos.

1. Las distorsiones y problemas perceptivos

Características del Estímulo:

Si uno sostiene actitudes radicales sobre el asunto en cuestión, es más probable que uno perciba erróneamente el hecho. La apreciación de un estímulo o hecho depende de las emociones, necesidades, actitudes y motivaciones de una persona.

Procesos Mentales de la Persona:

Para manejar la información sensorial solemos usar “atajos perceptivos”. En general, el propósito de ellos es hacer que la realidad sea menos dolorosa o incómoda. Por eso, esos procesos mentales son *mecanismos de defensa de la conducta*.
NEGACIÓN- ESTEREOTIPOS- EFECTO HALO- PROYECCIÓN - PERCEPCIÓN SELECTIVA

2. La forma en que la gente atribuye causas a los hechos.

La teoría de la atribución

las personas atribuyen causas al comportamiento que perciben. La gente tiende a atribuir sus logros a buenas cualidades internas y atribuye sus fallas a factores adversos en el ambiente.

Según esta teoría, la gente atribuye las causas después de reunir información en tres dimensiones de la conducta: consenso, distintividad y consistencia. *La combinación de estos factores lleva a la atribución de las causas:* En general, se atribuye la conducta a causas externas (o ambientales) cuando percibe alto consenso, alta distintividad y baja consistencia. Y en general se atribuye el comportamiento a causas internas (o personales) cuando percibe bajo consenso, baja distintividad y alta consistencia.

Locus de Control:

forma en que las personas perciben las causas en su vida.

Se dice que algunas personas tienen un locus interno de control cuando perciben que sus resultados están controlados internamente. Por lo tanto sienten tener el control en su vida.

Por otro lado, se dice que algunas personas tienen un locus externo de control: perciben que mucho de lo que les sucede es controlado por las circunstancias. Quienes tienen locus interno, piensan que crean sus propias oportunidades en la vida, y las que tienen locus externo atribuyen mucho de su éxito o fracaso a la suerte.

Teoría de la auto verificación:

Esta teoría manifiesta que las personas desean que los demás les vean tal y como ellos se ven a sí mismos. Según este supuesto harán lo posible por conseguir una coherencia psicológica y valorarán positivamente aquellas circunstancias que les permitan conseguir dicha coherencia.

De acuerdo con la teoría, las personas intentan activamente verificar, validar y sostener la "visión de sí mismos" en contextos sociales, y para ello, buscan e interactúan con aquellos a quienes ven como a sí mismos. La gente prefiere interactuar con aquellos que les proporcionan un "feedback" congruente con la "visión de sí mismos", antes que con uno simplemente positivo.

Percepciones en la organización:

- Cada individuo percibe la realidad diferente del resto de las personas. Cada empleado, tiene una percepción distinta del trabajo por varias razones: su personalidad, sus necesidades, sus experiencias, su origen social.
- Los jefes o supervisores deben estar preparados para reconocer que las percepciones de los empleados son diversas. Asimismo deben estar alertas a los cambios en las percepciones.

Percepción de los roles:

Cuando los empleados y jefes no tienen una correcta percepción de los roles de cada integrante, pueden surgir problemas. ***Las actividades de las personas son una resultante de la percepción que cada uno tenga de los distintos roles: propios y de los demás***

En la interacción jefe - empleado, cada uno comprende 3 percepciones de roles:

1. La percepción que el jefe tiene sobre lo requerido por el puesto en relación con su rol de jefe (como ve el jefe el propio puesto de jefe).
2. La idea que el jefe tiene respecto del rol del empleado.
3. La percepción del jefe respecto de su rol desde la perspectiva del empleado (como cree que su rol es visto por el empleado).

ACTIVIDAD GRUPAL: Leer el material sobre percepción. Explicar y ejemplificar el concepto de distorsiones y problemas perceptivos que le corresponda según el grupo.

Dijimos que hay dos aspectos de la percepción que preocupan a los administradores:

- 1) las distorsiones y problemas perceptivos**
- 2) la forma en que la gente atribuye causas a los hechos.**

Dentro de las Distorsiones y problemas perceptivos se nombran los siguientes:
NEGACIÓN- ESTEREOTIPOS- EFECTO HALO- PROYECCIÓN - PERCEPCIÓN SELECTIVA
cada grupo deberá explicar uno de ellos, según este esquema:

GRUPO N° 1: Castro, Cisera, Sarasola y Muchiut -*NEGACIÓN-*

GRUPO N° 2: Pereyra, Peressón, Sinchi y Litviczuk - *ESTEREOTIPOS-*

GRUPO N° 3: Ríos, Richard, Zbinden y Aquino - *EFECTO HALO-*

GRUPO N° 4: Jara, Simonini, Silvestre y Fernández - *PROYECCIÓN -*

GRUPO N° 5: Alderete, Botta, Pinatti, Herrera, Suligoy -*PERCEPCIÓN SELECTIVA*

GRUPO N° 6: Moreno, Araujo, Valentino y Torres - *PERCEPCIÓN SELECTIVA*