

47
2ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

"LA TEORIA DE LA ACCION RAZONADA: UNA
ESTRATEGIA PARA ALCANZAR LA CALIDAD DE
SERVICIO EN LAS ORGANIZACIONES."

T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A :
LAURA CAMPOS OCHOA

DIRECTOR: MTRD. FELIPE URIBE PRADO



TESIS CON
FACULTAD DE ORIGEN

MEXICO, D. F.

1997



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

NUNCA

Nunca me cansará mi oficio de hombre
Hombre he sido y seré mientras exista.
Hombre no más; proyecto entre proyectos,
boca sedienta al cántaro adherida,
espíritu y materia vulnerables
a todos los oprobios y las dichas...

Nunca me sentiré rey destronado
ni ángel abolido mientras viva,
sino aprendiz de hombre eternamente:
hombre con los que van por las colinas
hacia el jardín que siempre los repudia,
hombre con los que buscan entre escombros
la verdad necesaria y prohibida,
hombre entre los que labran por sus manos
lo que jamás hereda un alma digna,
¡ porque de todo cuanto el hombre ha hecho
la sola herencia digna de los hombres
es el derecho de inventar su vida!

Jaime Torres Bodet

AGRADECIMIENTOS

- **A Dios** por el don de la vida y la posibilidad de compartir con mis seres queridos la emoción y satisfacción de dar por concluido un ciclo más de mi vida, por permitirme a través del trabajo diario ayudar a otros y por las lecciones que ha puesto en mi camino.
- **A mi papá**, siempre ejemplo de trabajo honesto, responsable e intenso, que me enseñó actuar de manera semejante en mi propio actuar por la vida, te doy las gracias y dedico este trabajo.
- **A mi mamá**, ejemplo de estudio constante e interés por aprender cosas nuevas, siempre pendiente de mi bienestar, te doy las gracias y dedico este trabajo.
- **A mi hermana**, con quien he compartido momentos muy importantes de mi vida, siendo este uno de ellos.
- **A mis amigas**, Gloria por ser una excelente amiga y psicóloga; y María a quien siempre le reconoceré haber sido mi tutor en la vida profesional cuando empezaba ayudándome a sentar unas bases sólidas de lo que hoy se hacer como profesionalista, además de ser tan buena amiga no importando que tan lejos estuviéramos una de la otra.
- **A Felipe Cejudo Rdz**, por la amistad y amor que siempre me has dado, por tú compañía en todo momento, por que este trabajo no está completo sin ti.
- Estoy segura que a mucha gente le debo un sincero agradecimiento por lo que hasta este momento de mi vida ha significado para mí, ya que cada vez más compruebo que cada persona que se cruza en nuestro camino a lo largo de la vida es capaz de enseñarnos algo
Pero en esta ocasión me hacen falta palabras para expresarlo para todas ellas, por lo que he decido incluirlas a todas juntas, por que tampoco quería pasarlas por alto,
GRACIAS
- **A mi asesor Mtro. Felipe Uribe Prado**, mi más profundo agradecimiento ya que sin su valiosa ayuda para realizar este trabajo se hubiera mantenido entre mis pendientes, como en otras ocasiones.

- **A las personas que actuaron como sinodales de este trabajo mi más sincero reconocimiento.**

**Lic. Eida Sánchez Fernández
Mtra. Magdalena Varela Macedo
Lic. Socorro Escandón Gallegos
Lic. Gabriel Jarillo Enriquez**

INDICE

Resumen	1
Introducción	4
CAPITULO I	
EL CAMBIO DE ACTITUDES Y LA TEORIA DE LA ACCION RAZONADA	
1. Introducción	7
2. Actitudes	8
2.1 Características de las actitudes	13
2.2 Cambio de actitudes	
2.2.1 Definición	15
3. Teorías sobre el cambio de actitudes	
3.1 Teoría de la disonancia cognoscitiva	16
3.2 Teoría de Hovland, Janis y Kelley	22
3.3 Teoría del esfuerzo en dirección a la simetría de Newcomb	23
3.4 Teoría del Balance	25
3.5 Teoría de Osgood y Tannenbaum	26
4. Teoría de la acción razonada	27
5. La teoría de la acción razonada y las teorías de cambio de actitudes	35
CAPITULO II	
LA CALIDAD DE SERVICIO	
1. Introducción	42
2. Aportaciones de los principales exponentes	47
2.1 Edwards Deming	51
2.2 Joseph M. Juran	53

2.3 Kaoru Ishikawa	54
2.4 Philip B. Crosby	55
2.5 Armand V. Feigenbaum	55
3. Calidad de servicio	57
3.1 El servicio y sus características	58
4. Gerencia de Servicio	59

CAPITULO III

EL MODELO DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA COMO ESTRATEGIA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO.

1. El cambio de actitudes y la Calidad de Servicio	61
2. El cambio antes del cambio	68
3. Esquema de aplicación de la teoría de la acción razonada en la organización	76
4. Caso: Scandinavian Airlines Systems desde la teoría de la acción razonada y la gerencia de servicio	79
Discusión	87
Conclusiones	93
Glosario	95
Referencias	96

RESUMEN

El estudio de las actitudes ha sido objeto de estudio de psicólogos y sociólogos desde hace largo tiempo. Su investigación, definición y propuestas para cambiar las actitudes presentes en un individuo o grupo, ha provocado la exposición de diferentes definiciones y teorías desde la antigüedad, para 1935 Allport había recopilado más de cien definiciones diferentes sobre el término actitud, el cual ha ocupado un espacio trascendente en diversos campos tanto sociales, como educativos y laborales.

Su estudio e investigación así como su complejidad ha sido base de diferentes cuestionamientos sobre el porque de su existencia y de su impacto en la conducta de los individuos en diferentes contextos. A las actitudes generalmente se les ha dado un carácter predictivo de la conducta y la mayoría de los investigadores parecían estar de acuerdo en esta característica, sin embargo últimamente parece haberse puesto en tela de juicio este planteamiento sugiriendo una relación inversa, en donde la conducta actúa como factor determinante en la formación de las actitudes (Myers, 1990)

Diferentes autores producto de la experiencia obtenida a través de sus investigaciones han propuesto teorías para provocar y explicar el cambio de las actitudes en los individuos, cada una de ellas con sus propias características distinguiéndose entre todas, la teoría de la disonancia cognoscitiva de Festinger (1967), como una de las más significativas, por su trascendencia en el estudio del cambio de actitudes, así como su relación e influencia en la formulación de otras teorías como la teoría del esfuerzo en dirección a la simetría de Newcomb (1953), la teoría de Hovland, Janis y Kelley (1953), la teoría del Balance de Heider (1958) y la teoría del diferencial semántico de Osgood y Tannenbaum.

Sin embargo, aunque estas teorías se han referido específicamente al cambio de actitud, Fishbein y Ajzen (1967) propusieron la teoría de la acción razonada, la cual propone un

modelo que incluye a las creencias conductuales o individuales, las creencias grupales o normativas, las cuales influyen en la formación de la actitud y la norma subjetiva respectivamente, siendo estas a su vez las que influyen en la formación de la intención la cual influye en la conducta. a través del modelo propuesto con la teoría de la acción razonada Fishbein y Ajzen pretenden explicar que los cambios de conducta dependen por una parte de los pesos relativos existentes entre la actitud y la norma subjetiva los cuales son diferentes para cada individuo, por lo que es indispensable identificar claramente las conductas que realmente se desean modificar a las cuales llamaron conductas de interés, para lograr resultados trascendentes y confiables, a través de un estrategia de cambio bien planeada

Los individuos dentro de las organizaciones laborales significan el recurso más importante para el logro de sus objetivos, cualquiera que estos sean, como pueden ser los de tipo comercial y/o financiero, por esto el considerar lo propuesto por el modelo de la teoría de la acción razonada al elaborar programas de cambio organizacional ofrece una adecuada alternativa para la implantación de programas como son los de Calidad de servicio, actualmente tan necesarios en las compañías mexicanas

El trabajar teniendo como premisa la Calidad se ha convertido en una necesidad para un gran número de organizaciones laborales, que requieren mantener su mercado de competencia en un mundo de consumidores cada vez más demandante de productos y servicios de calidad que los hagan más competitivos

El trabajo realizado inicialmente por Deming, Juran e Ishikawa, seguido posteriormente por Crosby y Feigenbaum, hasta la gerencia de servicio de Karl Albrecht (1990), nos proporciona una perspectiva de lo importante que es tener muy claros los conceptos administrativos y de la ingeniería orientados hacia la mejora en los procesos y los

productos pero también en los servicios que son proporcionados por los individuos que trabajan en esas organizaciones que están en un proceso de mejora continua, ya que sin un servicio adecuado que favorezca a la presencia en el mercado comercial de esos productos, la inversión en procesos de calidad no servirá de nada, y si se reflejará en importantes pérdidas para las empresas.

Por lo que este trabajo propone una relación interdisciplinaria entre la psicología con la teoría de la acción razonada cuya orientación es hacia los individuos y la teoría de la gerencia de servicio de bases administrativas, dándole a la primera, las características de estrategia la cual guie la definición de planes de intervención en las organizaciones laborales favoreciendo a la acción conjunta de dos herramientas que hasta el momento han dado resultado en diferentes contextos, por lo que proponemos que al relacionarlos el producto que podemos obtener tiene mayores probabilidades de ser más sólido y trascendente ya que tendrá como fin contribuir al cambio en la conducta de los individuos y estos a su vez al cambio en las organizaciones.

INTRODUCCION

Hoy en día las organizaciones y el mundo en general, son cada vez más demandantes de actividades, productos y servicios más competitivos. Esto ha obligado a todos a esforzarse por romper antiguos esquemas, buscar ventajas competitivas, luchar por mantenerse vigentes a través de productos y servicios que los hagan diferentes y especiales que los distingan ante los consumidores.

Sin embargo, estos cambios no se han dado de forma paulatina y ordenada, se podría decir que al contrario, se caracterizan por ser cambios turbulentos en los que al mismo tiempo que se generan nuevas necesidades entre los individuos, se deben crear nuevas alternativas de selección y de satisfacción de los mismos.

Hoy, por ejemplo, para comer una pizza, existen más de 10 marcas diferentes alrededor del mundo que luchan entre sí por los mismos consumidores, ¿Pero, cuál es el factor que favorece que se seleccione una marca sobre otra? La única respuesta es la CALIDAD, calidad en los productos y sobre todo en el servicio.

Este enfoque hacia la Calidad de productos y servicios que están adoptando la organizaciones para enfrentar los cambios, requiere de elementos que les permitan mantener el ritmo de la demanda del mercado, siendo uno de los más importantes (si no es que el más importante) el elemento humano. Ya que sin individuos que favorezcan, ejecuten y mantengan la calidad en todo lo que hagan esta no se podrá dar por sí sola, sin motores que la lleven e impulsen.

Para la mayoría de las empresas occidentales, a diferencia de los orientales, los empleados son solamente un medio para llegar a su objetivo, (Walton, 1990) pocas veces identifican

sus conductas específicas, creencias individuales o grupales, intenciones y normas subjetivas (Fishbein, 1990) como elementos que deben ser tomados en cuenta y claramente definidos cuando se busca provocar el cambio hacia una nueva forma de hacer las cosas.

Fishbein(1990) a través de la teoría de la acción razonada sugiere una metodología para las intervenciones que buscan generar un cambio en las personas, que consiste en identificar las creencias conductuales y normativas de las personas a quienes se dirigirá el programa relacionando a las actitudes y normas subjetivas, determinando los resultados que esperan y las figuras representativas de la organización y que pueden influir en el cambio o la limitación del mismo

Ya que buscar la obtención de resultados a más corto plazo sin considerar un cambio de actitudes previo de los empleados, genera que estos no se sientan parte del proceso de cambio hacia la mejora, no identifiquen que se espera de ellos, hasta rechacen la idea de servicio al identificarla como una situación peyorativa que los lleve a ser identificados como sirvientes, por lo tanto, no actúen para lograr el cambio frenando el desarrollo de programas, así como, su adecuada implementación

Por esto para favorecer a que las organizaciones logren un cambio hacia la calidad de servicio, en este trabajo se propone que se tome como estrategia de cambio, inicialmente realizar un análisis de lo que se requiere y se puede hacer con las personas que trabajan en las empresas tomando como base científica los constructos propuestos en el modelo de la Teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen (1967), el cual incluye la intención del comportamiento, actitud, normas subjetivas, creencias conductuales, evaluación de los resultados, creencias normativas, motivación para actuar, para después establecer los pasos que podemos seguir para elaborar un programa de intervención que ayude a cambiar

las conductas que sean necesarias preparando a los individuos en un proceso de cambio previo a la implantación de un programa de calidad con el que se busque proponer una nueva forma de hacer las cosas

Con lo anterior, no se busca restarle importancia a la elaboración de un diagnóstico previo de la organización, con el cual tendremos mas claro cuales son los cambios que en realidad se necesitan tanto de las personas como de los procesos, los productos, los sistemas, los recursos tecnológicos, los cuales involucran el trabajo de expertos en diferentes áreas como psicólogos, administradores, ingenieros, entre otros

Es importante resaltar que con esta propuesta no se busca encontrar elementos para manipular al individuo, o para descalificar el trabajo realizado hasta el momento en los procesos de cambio organizacionales, por el contrario surgió producto de un interés genuino por contribuir al crecimiento profesional e individual de las personas que trabajan, las cuales son frecuentemente bombardeadas por información de diferentes características que en muchas de las ocasiones provocan confusión, con el fin de ayudarle a identificar porque el realizar con calidad su trabajo y convertirlo en una actitud por consecuencia en una conducta, le favorecerá para optimizar su tiempo, su ingreso económico, su estilo de vida y su forma de percibir el medio ambiente que lo rodea, generándole mayor satisfacción personal y oportunidades que al mismo tiempo favorecerán tanto a la persona involucrada como a la organización en la que presta sus servicios.

Por otro lado, este trabajo también tiene la intención de provocar inquietud entre los psicólogos del trabajo, de realizar investigación utilizando una herramienta que ha sido aplicada en problemas de tipo social la cual también puede ser empleada en otras áreas como las organizaciones laborales

CAPITULO I

EL CAMBIO DE ACTITUDES Y LA TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA

I. Introducción

El campo de las actitudes ha sido durante mucho tiempo objeto de observación e investigación de diferentes autores ya que se han considerado como un determinante en la orientación del individuo con respecto a su medio social y físico.

Las actitudes han sido definidas de muy diferentes maneras, convirtiéndose en un término que no solo ha sido utilizado por psicólogos, sino también por sociólogos para tratar de explicar el cambio social, las diferencias individuales, la formación de grupos, entre otros aspectos. (Acevedo y Montiel, 1982)

Para las organizaciones laborales se ha convertido en un término o situación de cambio; como si se tratara de un determinante generador y a la vez resolutorio de problemas internos, asociándolas a problemas de clima laboral, cultura organizacional, incluso de productividad y calidad.

Para 1935, Allport había recolectado más de cien definiciones diferentes de actitud, no siendo todas necesariamente científicas o válidas, proponiendo él mismo una definición propia.

" Las actitudes son un estado mental y neurológico de disposición, organizado a través de la experiencia y capaz de ejercer una influencia directa o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos con los que está relacionado" (Fishbein, M. 1967, en op.cit)

Autores posteriores plantearon otras definiciones producto de sus investigaciones, a través de las cuales algunos tratan de explicar a las actitudes como elementos de predicción de la

conducta y otros si al contrario, es la conducta la que influye en la expresión de las actitudes; teniendo como origen la misma pregunta. ¿Qué relación existe entre lo que somos y lo que hacemos?

La respuesta a esta pregunta aún hoy es objeto de investigación no sólo en el contexto de la psicología social sino también en el de la psicología del trabajo, ya que las actitudes al tener una relación tan estrecha con la conducta no pueden ser excluidas de los comportamientos organizacionales

Al considerarlas como una oportunidad para hacer investigación por parte de los psicólogos del trabajo no se busca proponer la invasión de campos de acción ajenos por el contrario, el objetivo es proponer la posibilidad de retomar los modelos utilizados en otros escenarios, los cuales han demostrado la obtención de resultados como las investigaciones hechas por Fishbein (1990) sobre el uso del condón para prevenir el contagio de VIH, o la realizada por el mismo autor, años antes en 1988 sobre fumar o el uso de cinturones de seguridad, como una alternativa para estudiar un objetivo común: el comportamiento humano, solamente que en un medio ambiente diferente como lo es el de la organización laboral, el cual posee sus características particulares

Siendo el objetivo de este trabajo, proponer una forma de estudiar y hacer investigación de los individuos en las organizaciones laborales utilizando recursos propuestos en investigaciones realizadas por psicólogos sociales con fenómenos sociales

2. Actitudes

Como fue comentado anteriormente existen varias definiciones del término actitud propuestas por diferentes autores, algunas de las cuales serán mencionadas a continuación como referencia para posteriormente ubicar nuestro objeto de estudio, la importancia de provocar un cambio de actitudes o de conductas como parte del proceso de cambio hacia

la calidad en el servicio, no como determinante del mismo en las organizaciones, ya que se ha identificado que en ellas se considera a las actitudes como el motor de los cambios, no es difícil escuchar que todo sería diferente si las actitudes fueran diferentes.

En Rodríguez (1976) encontramos varias definiciones de las actitudes como la propuesta por Thurstone (1928) quien las define como " la intensidad de afecto positiva o negativa en favor ó en contra del objeto psicológico".

Como podemos observar Thurstone, se refiere a la parte afectiva de los individuos como el ingrediente principal en la forma que se percibe o identifica a los objetos psicológicos los cuales pueden ser símbolos, situaciones, personas, grupos, o ideas

Para Doob (1947) las actitudes son" una respuesta implícita, capaz de producir tensión, considerada socialmente significante en la sociedad del individuo"

Autor que desde un punto de vista conductista las considera una respuesta que además esta cargada de significado, como si fuera producto de un estímulo o conjunto de estímulos que se encuentran en el medio ambiente que rodea a los individuos el cual es diferente tanto en lo individual como en lo grupal.

Para Newcomb, Turner y Converse (1965) la actitud puede explicarse desde dos puntos de vista: el cognitivo y el motivacional "la actitud representa una organización de cogniciones poseedoras de valencia y un estado de atención a la presentación de un motivo".

Sheriff y Sherif, (1965) la definen como "las posiciones que la persona adopta y aprueba acerca de objetos, controversias, personas, grupos o instituciones"

En Mann (1970) el autor propone que "tener una actitud implica estar listo a responder de un modo dado a un objeto social y que hay una motivación despierta y una acción movilizada para acercarse o para evitar el objeto".

Como podemos observar los psicólogos han propuesto un gran número de definiciones al término actitud y durante muchos años pareció que estaban de acuerdo en que las actitudes eran determinantes de la conducta, sin embargo, al hacer una revisión de la literatura publicada después de los años 80's se identificó que cada autor le ha ido dando una interpretación diferente a lo propuesto por sus antecesores incluso sobre los mismos ejemplos, por ejemplo en Myers (1990) el autor explica que en 1964, Leon Festinger le dio un giro total a las teorías existentes hasta ese momento al plantear lo contrario "¿no sería la conducta la determinante de las acciones?"

Festinger concluyó según Myers (1990) que no existía suficiente evidencia que mostrará que el cambio de las actitudes cambiara la conducta, proponiendo la relación actitud - conducta de manera opuesta

Sin embargo, no lo fundamenta realizando algún análisis crítico de las investigaciones de Festinger solamente expone que en 1969, el psicólogo social Allan Wicker apoyó lo dicho por Festinger cuando después de revisar numerosas investigaciones referentes a actitudes concluyó que "las actitudes expresadas por las personas predicen poco de la variación de sus conductas" proponiendo la conveniencia de abandonar el concepto de actitud que se tenía hasta ese momento

Esta aseveración puede considerarse como un revés para el estudio de las actitudes ya que Festinger a su vez es uno de los representantes más importantes de las teorías del cambio de actitudes con la teoría de la disonancia cognoscitiva, la cual se revisará más adelante

Según Myers (1990) Wicker basó sus afirmaciones en ejemplos como los siguientes: las actitudes de los estudiantes hacia las trampas guarda poca relación con la probabilidad de que en realidad hagan trampa.

Las actitudes raciales autodescritas predijeron poco de la variación de la conducta que ocurrió cuando las personas enfrentaron una situación interracial real, refiriéndose a un experimento realizado por LaPiere citado en diferentes textos en el que, en la década de los treinta cuando muchos norteamericanos expresaban un prejuicio intenso contra los asiáticos, LaPiere escribió a un gran número de restaurantes y hoteles en todo el país preguntando si aceptarían miembros de la raza china como huéspedes, obteniendo un 92% de respuestas negativas sin embargo, LaPiere había viajado junto con una pareja de chinos a través de todo el país durante los seis meses anteriores recibiendo un trato cortés en todos los establecimientos excepto en uno, lo que evidenciaba que los propietarios de dichos establecimientos al enfrentarse con una pareja específica que desafiaba sus estereotipos, dejaban a un lado sus actitudes negativas y se comportaban amablemente.

Lo que Wicker pretendía comprobar es que no siempre se actúa de la misma manera que se dice, las personas no juegan el mismo juego que hablan, por lo que no considera extraño que los intentos por cambiar la conducta cambiando las actitudes frecuentemente fallen. Lo mismo se puede trasladar a las campañas en contra del tabaquismo, el uso de cinturones de seguridad o del condón como medio de prevención para el contagio de SIDA.

Es importante destacar en este punto que la investigación hecha por LaPiere, es utilizada como explicación a diferentes características de las actitudes dependiendo del autor, ya que Mann (1970), la utiliza para explicar el componente afectivo de las actitudes.

Pero finalmente ante el cuestionamiento anterior, referente a si las actitudes predicen la conducta, o no, es necesario saber que la conducta y las actitudes expresadas están sujetas a otras influencias, las cuales pueden llegar a ser muy numerosas, ya que no nos es desconocido que en ocasiones decimos lo que pensamos que los demás desean escuchar lo que dificulta el aislar la conducta y la actitud directamente relacionada con ella, complicando el determinar si la relación que existe entre ellas es actitud - conducta y no al contrario.

Se han realizado numerosas investigaciones con el fin de comprobar que tanto las actitudes determinan o no las conductas de los individuos, y se ha identificado que el vínculo entre actitud-conducta es débil, ya que en ocasiones las personas "distorsionan sus actitudes reales cuando las expresan" (Myers, 1990) diciendo lo que creen que las otras personas desean escuchar.

Al respecto podemos referir el siguiente experimento realizado por Jones y Sigall(1971) el cual consistió en pedirle a los estudiantes de una Universidad que sostuvieran una rueda bloqueada, la cual, podía hacer girar un indicador hacia la izquierda, lo que indicaba desacuerdo, y a la derecha acuerdo si era desbloqueada, les colocaron unos electrodos en los brazos, la máquina falsa supuestamente media respuestas musculares mínimas que se les dijo medían su tendencia a girar la rueda a la derecha o a la izquierda marcando su desacuerdo o su acuerdo según el caso.

Después Sigall les hizo una serie de preguntas las cuales al ser contestadas por los estudiantes un medidor de la máquina "anunciaba" la actitud del encuestado, lo anterior no era más que una actitud que el estudiante había expresado anteriormente en una encuesta que ya había olvidado, el procedimiento convenció a todos; posteriormente ocultando el medidor de actitud se les hicieron a los mismos estudiantes una serie de preguntas relativas

a sus actitudes hacia los afroamericanos y se les pidió que adivinarán que había marcado el medidor, identificando que los estudiantes blancos que estaban en el simulador a diferencia de los que habían contestado en forma individual el cuestionario admitieron sus creencias negativas

Los que contestaron la escala por escrito calificaron a los afroamericanos como más sensibles que otros norteamericanos y los que contestaron a través del simulador invirtieron estos juicios.

Entonces ¿podemos seguir considerando a las actitudes como determinantes de la conducta?

2.1 Características de las actitudes.

Con respecto a las características de las actitudes, Myers (1990) explica que "cuando las personas cuestionan la actitud de alguien se refieren a las creencias y sentimientos con respecto a una persona o acontecimiento y el apoyo o la oposición resultante" refiriendo a Zanna y Rempel (1988).

Estas reacciones a las que llama evaluativas (creencias, sentimientos o inclinaciones a actuar) favorables o desfavorables las considera como determinantes de la actitud de una persona hacia algo.

En la mayoría de las ocasiones nos encontramos con un común denominador para la mayoría de los autores con respecto a lo que consideran los componentes básicos de las actitudes:

"los componentes que contienen todas las actitudes son tres: cognoscitivo, afectivo y comportamental". (Acevedo y Montiel, 1982)

Según Mann (1970) el componente cognoscitivo esta conformado por "las percepciones del individuo, sus creencias y estereotipos".

El componente afectivo lo consideró como "los sentimientos del individuo con respecto al objeto; y el comportamental en la tendencia a actuar o a reaccionar de cierta forma con respecto al objeto."

Por lo que se propone que las actitudes se pueden considerar como predisposiciones evaluativas, que determinarán y dirigirán la conducta del individuo.

Se ha comprobado que existen varios factores que influyen en la formación de actitudes; como lo es la familia, los medios de comunicación masiva, los grupos sociales a los que se pertenece tanto escolares, deportivo o culturales. (Blum y Naylor, 1992)

Sin embargo, un individuo siempre esta en la posibilidad de adquirir o aprender una 'nueva' actitud, asi como de modificarla. Debido a que son producto de una gran variedad de experiencias de aprendizaje las actitudes pueden cambiar como resultado de nuevas experiencias.

Pero el cambio no es una actividad sencilla ya que las actitudes como se ha revisado no son un concepto aislado; forman parte de un todo el cual debe estar involucrado cuando estamos interesados en generar nuevas o diferentes actitudes, como será revisado a continuación.

2.2 Cambio de actitudes.

2.2.1 Definición.

Con respecto al cambio de actitudes Kohler (1929) plantea que "desde el punto de vista de la psicología de la Gestalt un cambio de actitud involucra una tensión fisiológica definitiva, ejercida sobre un campo sensorial por un proceso que se está originando en otras partes del sistema nervioso" (Lieberman, 1968)

Cuando una persona esta a favor o en contra de algo, es posible que cambie la intensidad de la actitud sostenida, la intensidad puede hacerse mayor o menor pero en la misma dirección (Blum y Naylor, 1992)

Para Krech, Crutchfield y Ballacha (1962), "la actitud modificable depende de siete características

a) Extremismo, b) Multiplicidad, c) Consistencia, d) Interconexión, e) Consonancia, f) Fuerza y número de deseos satisfechos, g) centralismo" (op cit)

Sin embargo, es frecuente encontrar discrepancia entre las actitudes de los individuos y sus conductas, esta discrepancia es un factor importante a tomar en cuenta en el cambio de actitudes ya que debemos tomar en cuenta factores como las creencias, las normas, las intenciones y la influencia

Según Mann (1990) es relativamente fácil cambiar las creencias, la modificación de la acción es un problema más difícil porque los hábitos adquiridos son más difíciles de modificar.

Pero Fishbein y Ajzen (1967) con la teoría de la acción razonada difieren de esta aseveración, ya que plantean que el cambio de actitudes no termina en el cambio de estas

sino que va más allá involucrando factores como las creencias, las normas, las intenciones y la conducta dejando a las actitudes como parte de un todo

En lo referente al cambio de actitudes la psicología social a hecho un gran uso del concepto de consistencia cognoscitiva, el cual se refiere a que el individuo tiende a evitar la inconsistencia entre lo que piensa, siente y hace (Reich y Adcock, 1980)

Lo que ha provocado la propuesta de diferentes teorías sobre el cambio de actitudes, dentro de diferentes corrientes, las cuales nos proporcionan diversos puntos de vista para la investigación de esos cambios

3. Teorías sobre el cambio de actitudes.

3.1 Teoría de la disonancia cognoscitiva.

A partir, de la publicación en 1957 de la teoría de la disonancia cognoscitiva de Leon Festinger, se suscito una serie sin precedentes de experimentos en psicología social Esta teoría sirvió como integradora de innumerables descubrimientos sobre los fenómenos de formación y cambio de actitudes El punto central de la teoría de la disonancia cognoscitiva, afirma que los seres humanos buscan un estado de armonía en sus cogniciones buscando siempre ser congruentes consigo mismos, y no toleran la incongruencia.

El término cognición fue definido por Leon Festinger (1957) como "cualquier conocimiento, opinión o creencia acerca del ambiente, acerca de la propia persona o acerca de su conducta."(Rodríguez, 1976)

Los individuos buscan la armonía entre dos elementos cognoscitivos, las cogniciones pueden mantener tres tipos de relación disonante, consonante o irrelevante. (Reich, Adcock, 1980)

Irrelevante se refiere a que no existe relación entre dichos elementos, **consonante** cuando a un elemento cognoscitivo le sigue otro de la misma naturaleza y **disonante** depende de la importancia de los elementos y la proporción de elementos relevantes que sean disonantes. (Acevedo y Montiel, 1982)

Por ejemplo usar un preservativo en una relación ocasional o no utilizarlo crearia disonancia al involucrar los factores de importancia que tenga para el individuo el prevenir enfermedades como el SIDA y la posibilidad de contagiarse a su pareja permanente

Cuando un individuo actúa en contra de sus convicciones o creencias, y se siente motivado a reducir el conflicto, a esto Festinger (1957) le llama "**disonancia cognoscitiva**".

La **disonancia cognoscitiva** se define como: "dos elementos se encuentran en una relación disonante, cuando considerándolos en una forma independiente el anverso de un elemento se desprendería de otro." (Reich, Adcock, 1980)

Festinger consideró que "la disonancia actúa como un impulso, una necesidad o una tensión" (Acevedo y Montiel, 1982)

La magnitud de la disonancia depende de tres puntos: la importancia de cada uno de los elementos disonantes y consonantes, el número de cogniciones consonantes y disonantes y la superposición cognoscitiva, que se refiere a la equivalencia funcional de los objetos o actividades representados por la cognición.

La teoría de la disonancia cognoscitiva plantea algunos pasos a través de los cuales se puede disminuir la disonancia y dar lugar a la coherencia cognoscitiva.

- 1) Cambiar uno de los elementos cognoscitivos (creencias, actitudes, opiniones)
- 2) Reducir la importancia de los elementos cognoscitivos y

3) Añadir nuevos elementos cognoscitivos (op cit)

Esta teoría propone también la selectividad de la exposición a información disonante, cuando el individuo se encuentra ante una situación disonante para él de forma involuntaria la cual va encontra de lo que piensa o cree, el individuo buscará evitar percibir dicha información o generará un cambio de opinión, este proceso solo se verifica por el observador cuando comienza a reducirse la disonancia

Por ejemplo Si a un grupo de trabajadores se les proporciona un nuevo reglamento sobre el uso de cascos de seguridad cuando en el desempeño de sus labores nunca lo han utilizado y además el no uso de ellos les representa algún tipo de sancion severa como la pérdida del empleo o castigos en la paga semanal.

El nuevo reglamento será la situación disonante, ya que anteriormente no tenían ese reglamento, involuntaria porqué ellos no lo propusieron, además de que les implica sanciones que van en detrimento de su ingreso y permanencia en el empleo, es decir está en contra de lo que piensan o creen, provocandose que los trabajadores en un inicio reclamen, la nueva disposición a sus supervisores, incurran en faltas no usando los cascos, incluso presenten ausentismo, hasta que cambien su opinion con respecto a la nueva disposición aceptando el uso de los cascos en el desempeño de sus labores

Zajonc (1968) resume la teoría de la disonancia cognoscitiva de la siguiente manera

1. La disonancia cognoscitiva es un estado desagradable
2. En presencia de la disonancia cognoscitiva, el individuo intenta disminuirla o eliminarla y se comporta de tal forma que pueda evitar acontecimientos que la aumenten.
3. En presencia de la consonancia, el individuo adopta una conducta capaz de evitar acontecimientos que provoquen la disonancia.

4. La severidad o intensidad de la disonancia cognoscitiva varía de acuerdo con la importancia de las cogniciones en relación disonante entre sí y con el número relativo de cogniciones que se encuentran en relación disonante
5. La fuerza de la tendencia presentadas en los puntos 2 y 3 es una función directa de la intensidad de la disonancia
6. La disonancia cognoscitiva solo puede ser reducida o eliminada a través de la interacción de nuevas cogniciones o del cambio de las cogniciones existentes
7. La integración de nuevas cogniciones reduce la disonancia cuando las cogniciones introducidas aumentan el peso relativo de uno de los sectores y disminuyen la proporción de los elementos cognoscitivos disonantes o cuando las nuevas cogniciones alteran la importancia de los elementos cognoscitivos que se encuentran en relación disonante entre sí
8. El cambio de las cogniciones existentes reduce las disonancias y su nuevo contenido hace que estas sean menos contradictorias entre sí o su importancia se ve disminuida
9. En caso de que no sea posible la inclusión de nuevas cogniciones, ni el cambio de las existentes a través de un proceso pasivo, se recurrirá entonces a conductas que tengan consecuencias cognoscitivas que favorezcan a un estado disonante (Rodríguez, 1976)

Posterior al primer planteamiento de la teoría por Festinger (1957) esta tuvo modificaciones importantes incluso algunas de ellas provocada por el mismo autor, las principales fueron realizadas por Brehm y Cohen (1962) y Festinger y Cols (1964)

Brehm y Cohen (1962) destacaron dos puntos que a pesar de encontrarse implícitos en el planteamiento original de Festinger, no fueron señalados con precisión, tal como lo hicieron estos autores, uno de ellos es la idea de compromiso en la manifestación de la fuerza motivadora de reducción de la disonancia, y el segundo se refiere a la importancia

otorgada a la noción de volición (voluntad) como elemento fundamental en la determinación de la existencia y magnitud de la disonancia

El objetivo es destacar que si no existe un grado razonable de compromiso y participación de una persona en las cogniciones relevantes de tipo disonante no se puede considerar que sea disonancia cognoscitiva. La magnitud de la disonancia es una función directa de la libre de liberación de la persona para vincularse con determinadas situaciones

Por parte de Festinger (1964) posteriormente al lanzamiento de la teoría, una de sus principales preocupaciones giró alrededor de establecer claramente la diferencia entre conflicto y disonancia

Planteando que antes de que una persona tome una decisión, esta se encuentra en un estado conflictivo durante este periodo previo, la persona evalúa las opiniones que se le presentan, haciéndolo de forma objetiva, sin parcialidad, pero una vez que toma la decisión los elementos consonantes de la opción escogida tienden a ser supervalorados, mientras que los elementos cognoscitivos que entran en disonancia con la alternativa rechazada tienden a ser devaluados

Por ejemplo: Cuando una persona está trabajando en una empresa en la cual considera que tiene un puesto que le da satisfacción individual, profesional, económica y social, pero recibe la oferta para trabajar en otra empresa, entrará en un estado de conflicto en el cual durante un periodo previo evaluará los elementos y opiniones con respecto al nuevo trabajo de forma objetiva y que para esta persona son importantes, como pueden ser el tipo de empresa, posición jerárquica del puesto, sueldo entre otros aspectos, para tomar una decisión, pero una vez que la haya tomado los elementos consonantes de la opción

elegida entre irse o quedarse serán supervalorados y los elementos cognoscitivos que entran en disonancia con la alternativa rechazada serán devaluados

Es importante mencionar que se considero importante referir la teoria de la disonancia cognoscitiva en el presente trabajo por lo significativo de su presencia en el desarrollo de la psicologia social, ya que ha sido aplicada en un gran número de investigaciones sobre fenómenos sociales.

Autores como Rodriguez la han considerado como "la realización más fructifera jamás vista en la psicologia social" (Rodriguez, 1977) basando su apreciación en los años de trabajo experimental provocado por esta teoria.

Por su parte Myers (1990) años después de lo expuesto por Rodriguez, considera la teoria de Festinger como simple pero con gran aplicación, aún en nuestros días, explicando que se refiere principalmente a las diferencias entre la conducta y las actitudes, ya que si percibimos una inconsistencia, en nuestro medio ambiente nos sentimos presionados a cambiar, *por ejemplo*. Un grupo de fumadores puede cambiar su actitud hacia el tabaco en función a la actitud expuesta por un consenso de no fumadores sobre los efectos negativos del mismo, proponiendo que si podemos persuadir a los fumadores de adoptar una actitud nueva, su conducta cambiara para estar acorde con la actitud de los no fumadores

Como puede ocurrir cuando a pesar de tener ciertas actitudes hacia algo o alguien, estas pueden cambiar cuando estamos con un grupo que tiene una actitud diferente a la nuestra con respecto a un objeto específico, como se expuso en los ejemplos anteriormente descritos sobre el viaje de Lapiere con la pareja de chinos, o la investigación de Jones y Sigall (1971) sobre las actitudes raciales de los estudiantes universitarios norteamericanos.

3.2 Posición teórica de Hovland, Janis y Kelley.

Por su parte, Hovland, Janis y Kelley (1953) presentan numerosos estudios relacionados con el cambio de actitudes, producto de sus investigaciones realizadas en la Universidad de Yale

Los estudios se caracterizan por el papel de importancia que le dan a la comunicación, destacando el papel de la naturaleza del auditorio al cual se destinaba esta y las características de personalidad de los receptores de la comunicación persuasiva para el entendimiento del proceso de cambio de actitud y su resistencia a tal cambio

Los artículos publicados por Hovland (1954) proporcionan una amplia visión de los estudios relativos a los efectos de los medios de comunicación masiva, los cuales influyeron en el trabajo de otros investigadores como Festinger (1957) y Newcomb (1961) entre otros

Los estudios de Hovland, Janis y Kelley (1953) se refieren principalmente al problema de la comunicación persuasiva o cambio de actitud

Para ellos, las actitudes y opiniones son variables intervinientes que guardan una estrecha relación entre sí, las actitudes representan las conductas específicas en pro o en contra de un determinado objeto, y las opiniones relativas a dichos objetos influyen en la dirección en pro o en contra de los mismos

Según Hovland, Janis y Kelley (1953) la expresión de tales conductas es seguida de una recompensa o de un castigo, por lo tanto las actitudes son aprendidas haciéndose habituales para cambiarlas por lo tanto, es necesario utilizar incentivos capaces de hacer que la nueva respuesta sea más gratificadora que la antigua respuesta.

Afirmando que existen tres categorías de estímulos presentes en una situación comunicativa, capaces de producir cambios en los incentivos presentados anteriormente.

Una categoría se refiere a la **fuerza** de la comunicación, tal como es percibida, otra al **ambiente** en el cual es expuesta la persona a la comunicación y la tercera a los **elementos importantes de contenido**, a los cuales nos referimos como "argumentos" o "apelaciones". Si estos estímulos desempeñan o no con éxito el papel de incentivos, dependerá de la **predisposición del individuo**.

Una buena comunicación es aquella en la que los estímulos son capaces de estimular la motivación del individuo para aceptar la opinión recomendada y una vez aceptado el cambio de opinión se deberá obtener el cambio de conducta en pro o en contra del objeto en relación al cual se obtuvo el cambio de opinión.

Hovland y sus colaboradores parten del supuesto que las actitudes constituyen hábitos aprendidos y para cambiarlos es necesaria la elaboración de incentivos capaces de hacer la nueva respuesta más atractiva que la que se pretende modificar.

3.3 Teoría del esfuerzo en dirección a la simetría de Newcomb.

Newcomb (1953) producto de sus investigaciones en Bennigton College (1935- 1939) con estudiantes de dicha institución desarrolló una teoría sobre la comunicación que incluye a **dos personas A y B** y a un **objeto actitudinal X**, la cual es conocida como teoría del esfuerzo en dirección a la simetría.

Newcomb se refirió a la **unidad** formada por **A-B-X** como un sistema, distinguiendo dos tipos de sistemas: individuales y de grupo.

En los sistemas individuales, la relación entre los tres elementos es percibida por una de las dos personas, tomando a A como referencia, son las percepciones de A acerca de la orientación de B en relación con X, y las orientaciones de A en relación con B y con X, las que constituyen el sistema individual de A.

En los sistemas de grupo, se refiere a las percepciones de dos personas en relación con un objeto X, sus orientaciones en relación con el y en relación de una hacia otra.

Para Newcomb (1953) cuando nos dirigimos a una persona existe siempre alguna referencia en el ambiente sobre la cual gira la comunicación. Es decir, si existe una orientación de A hacia B, existirá forzosamente un X acerca del cual se refieren ambos.

La orientación de una persona difícilmente se realiza en vacío social, o sea, sin referencia a algo que se encuentra en el ambiente, sin estar influido por las actitudes de otras personas en relación con X, el cual desempeña un papel importante en el establecimiento de la realidad social.

Según Newcomb (1953) la orientación hacia objetos del ambiente en el que viven y hacia otras personas que, a su vez, son orientadas hacia estos mismos objetos, es una necesidad constante entre las personas.

Planteando que hay simetría en un sistema A-B-X cuando A y B alimenten sentimientos positivos y ambos posean orientaciones semejantes hacia X; contrario a lo que ocurriría si A o B alimentan sentimientos negativos hacia X, siendo solo uno de ellos el que tiene este tipo de sentimientos y por lo tanto no los comparte con el otro.

La existencia de co-orientación de A o de B, en relación con los demás elementos del sistema hace que la conducta de las dos personas sea más predecible, en virtud de la simetría existente entre ellas, lo cual les otorga, además validez de consenso y otros beneficios producidos por el papel de refuerzo que desempeña la concordancia.

Al no existir simetría, surge en los integrantes del sistema un esfuerzo en dirección a la simetría, de ahí, que se plantee que al no existir equilibrio, surgen fuerzas empeñadas en alcanzarlo.

Por ejemplo. No es lo mismo que dos personas estén de acuerdo con los ideales de un partido político, compartiendo sus estatutos y lineamientos, creando simetría entre ellas y el objeto que es el partido político; a dos personas que a pesar de mantener una profunda amistad de varios años no compartan los ideales políticos de un partido provocando entre ellas conflicto y desacuerdo, como ocurriría entre dos amigos de mucho tiempo cuando uno de ellos prefiere al PRJ (Partido de la Revolución Institucional) y el otro está de acuerdo con los planteamientos del PRD (Partido de la Revolución Democrática)

3.4 Teoría del Balance

La teoría del Balance de Heider, propuesta en 1958, se ocupa de "los estados de equilibrio y desequilibrio que se dan entre tres elementos: la persona (P), otra persona (O) y un objeto, idea o problema dado (X)." (Mann, 1970)

Considerando un estado de equilibrio o estado balanceado cuando se tienen actitudes similares con respecto a un objeto, cuando las dos personas sienten gusto o disgusto por el mismo objeto, de desequilibrio o falta de balance cuando uno de los dos aprecia un objeto y el otro no, provocando tensión entre (P) y (O) los cuales buscarán el cambio de actitud para recuperar el equilibrio, es decir en el caso de equilibrio (P) y (O) pueden sentir aprecio por pertenecer a cierto grupo ideológico (X), o en caso contrario de desequilibrio (P) y (O) pueden no estar de acuerdo con la política económica que sigue el Presidente (X), provocando que (P) desprecie a (O) por su actitudes hacia (X)

Es importante tomar en cuenta que Heider plantea un sistema triádico simple de tres relaciones: "La actitud de P con respecto a O, la actitud de P con respecto a X, y la actitud de O con respecto a X." (op cit)

Heider teorizó sobre dos sistemas de relaciones, los de sentimientos, y los de unidad entre las personas o entre las personas y los eventos. "Una relación de sentimientos es una relación actitudinal, que se refiere a aspectos como admiración, aprobación, atracción," por ejemplo una persona puede sentir admiración por otra por el tipo de trabajo que realiza, por el puesto que tiene en una corporación, por el lugar en donde vive

"Las relaciones de unidad se refieren a la unión percibida entre las personas o entre las personas y los eventos, ejemplos de este tipo de relaciones son la similitud, proximidad, propiedad" (Acevedo y Montiel, 1982) Como por ejemplo el sentirse identificado con otra persona que tiene preferencias similares a las de uno en cuanto a ocupación del tiempo libre, estilo de música, asistencia a eventos

"El autor se basa en concepciones gestalistas para explicar su teoría, siendo los principios de la organización perceptual importantes para explicar la forma en la que la percepción de la realidad como un todo influye para que las actitudes tiendan al equilibrio " (op cit)

3.5 Teoría de Osgood y Tannenbaum

Conocido como el principio de congruencia de Osgood y Tannenbaum, involucra una serie de investigaciones sobre la congruencia entre las fuentes y el objeto, según estos autores para que exista congruencia es necesario que en el caso que haya una relación positiva entre la fuente y el objeto, la actitud de otra persona con relación a estos dos elementos sea positiva; lo mismo ocurre en el caso de que la relación sea negativa, las actitudes de

otra persona en relación con el objeto, sean divergentes, positivas en relación con una de ellas y negativas en relación con la otra

El postulado fundamental del principio de congruencia plantea siempre que un objeto de juicio se encuentre relacionado a otro por una afirmación existirá congruencia, siempre que dichos objetos de juicio sean evaluados en la misma forma y la asociación entre ellos sea positiva, o siempre que estos son evaluados de maneras distintas (uno positivamente y otro negativamente) y la asociación entre ellos sea negativa

Se ha considerado relevante referir el principio de congruencia de Osgood y Tannenbaum ya que es la base para las escalas de diferencial semántico las cuales se han convertido en una escala de medición para los instrumentos diseñados por Fishbein en sus investigaciones con la teoría de la acción razonada. Aunque se reconoce que su estudio probablemente es uno de los más complejos en psicología

4. Teoría de la acción razonada

La teoría de la acción razonada fue propuesta por Fishbein y Ajzen en 1967, teniendo como objetivo ser "una teoría general de la conducta humana que trata con la relación entre creencias, actitudes, intenciones y conducta" (Fishbein, 1990)

Fishbein y Ajzen (1967) consideraron al individuo como un animal racional capaz de procesar la información que recibe y de utilizarla sistemáticamente por eso le llamaron teoría de la acción razonada, la cual propone un modelo en el que las conductas manifiestas de los individuos son una función de las intenciones para realizar esas conductas, en donde estas intenciones a su vez están determinadas por actitudes hacia la realización de la conducta y las normas subjetivas del individuo con respecto a ella, siendo determinada finalmente la conducta por las creencias tanto individuales como de grupo.

De acuerdo con la teoría de la acción razonada la intención de una persona para ejecutar un comportamiento esta determinada por dos factores básicos el personal que se refiere a los sentimientos positivos o negativos que tiene el sujeto con respecto a un comportamiento, identificando a este factor como actitud, y el de influencia social, el cual refleja la forma en la que el sujeto percibe las presiones sociales para realizar o no determinado comportamiento, denominando a este factor norma subjetiva

Con el planteamiento anterior la teoría de la acción razonada pretende dar fundamento al supuesto de que las personas tienden a realizar una acción (comportamiento) cuando tienen sentimientos positivos hacia ella (actitudes) y creen que para los demás es importante o están de acuerdo en que la realicen (norma subjetiva) Misma situación que ocurre si los sentimientos son negativos o las presiones sociales no favorecen la realización del comportamiento, para que este no sea manifestado

La importancia relativa de estos dos factores para el sujeto se espera que sea diferente, de evento a evento y de individuo a individuo, es decir, en algunas ocasiones las actitudes podrán ser más importantes que las normas subjetivas y en otras ocasiones ser al contrario, las consideraciones normativas más importantes que las actitudes. Aunque en la mayoría de los casos el peso entre actitud y norma subjetiva es diferente, los dos son trascendentes en la formación de las intenciones. La teoría de la acción razonada subraya la importancia del peso significativo entre actitud y norma subjetiva, porque considera que al asignar pesos relativos a las actitudes y las normas se puede explicar mejor porque dos personas con las mismas actitudes y normas pueden comportarse de manera diferente, esto se debe a que para cada una el peso relativo entre los dos factores es diferente, para una de ellas puede tener más peso el factor actitudinal y para la otra el factor normativo.

Es decir, aunque el comportamiento sea el mismo, cuando el peso relativo es mayor en el factor actitudinal que influye sobre la intención para ejecutar dicho comportamiento el control lo ejercen los sentimientos personales tanto positivos como negativos para la ejecución de dicho comportamiento, sentimientos que tienen su origen en las creencias conductuales o individuales

Lo mismo ocurre cuando el factor normativo tiene un mayor control sobre la ejecución del comportamiento, el control lo ejercerán las presiones sociales, cuyo origen se da en las creencias normativas

Con respecto a las actitudes de una persona hacia la realización de una conducta, la teoría de la acción razonada, las considera como una función de las creencias conductuales. Pepitone (1991) define a las creencias como estructuras relativamente estables, las cuales representan lo que existe para el individuo más allá de la percepción directa, como conceptos acerca de la naturaleza, las causas y creencias de cosas, personas, eventos y procesos cuya existencia es asumida. Las creencias, indican a la gente que al realizar la conducta logrará ciertos resultados y la evaluación personal de los mismos. (Fishbein y Ajzen, 1975, en Rivera y Diaz, 1994)

Las personas al ejecutar una conducta, se ven influidas por lo que creen que pueden obtener como resultados, ya que estos pueden ser positivos, lo que favorecerá a la ejecución de la misma, o al contrario pueden ser negativos lo que provocará que eviten el manifestar la conducta.

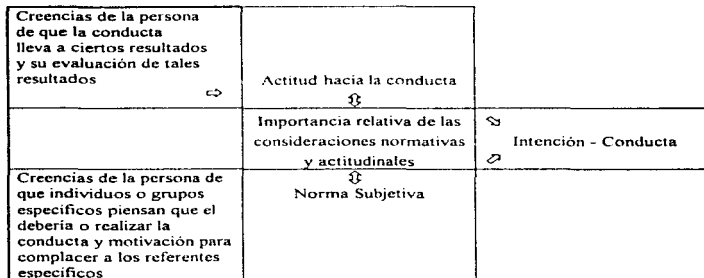
Las actitudes se basan en este conjunto de creencias, siendo estas positivas cuando el conjunto de creencias se orienta a obtener resultados positivos, y negativas cuando la realización de la conducta implica resultados negativos

La norma subjetiva, se considera por la teoría de la acción razonada producto de las creencias normativas, las cuales se generan en el grupo al que pertenece el individuo, estas

creencias marcaran que tan importante es para el este, que el individuo ejecute la conducta, o la evite, determinando lo que es aceptable como positivo o negativo por el grupo.

Un esquema que nos permite el modelo de esta teoria es el siguiente.

TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA



Fuente: Fishbein, M. (1990) Factores que influyen en la intención de estudiantes de decir a sus parejas que utilicen condón, Revista de Psicología Social y Personalidad

La teoría de la acción razonada difiere de las otras teorías que tratan de explicar el cambio de actitudes, algunas de las cuales revisamos anteriormente, porque considera como prioritario que el investigador no se limite solamente a realizar una lista de conductas de la población que desea estudiar, sino que además identifique antes de iniciar su trabajo de investigación las creencias sobresalientes de dicha población, tanto individuales como

grupales, así como los referentes y delimite la conducta específica con la que va a trabajar, aislándola de las otras conductas que no forman parte de su objeto de estudio, la cual llamará "conducta de interés" (Fishbein, 1990)

Para identificar las conductas de interés en una población, la teoría de la acción razonada establece que se deben tener en cuenta cuatro elementos **acción, objeto, contexto y tiempo**. La **acción** se relaciona con lo que hacemos, decimos o pensamos sobre algo o alguien, con respecto a alguien o algo siendo este el **objeto**, el **contexto** se refiere al lugar, situación o evento determinado, siempre en un **tiempo**

Toda conducta que sea considerada como conducta de interés deberá contener estos cuatro elementos y debe tenerse presente que las conductas de interés no siempre serán las mismas de una población a otra por lo que se debe seleccionar una muestra representativa, de cada grupo que se vaya a estudiar teniendo en cuenta que cuando identificamos conductas de interés, que un cambio en uno de los cuatro elementos redefine esa conducta de interés

Por ejemplo: Usar un casco de seguridad dentro de una planta industrial, es una conducta diferente a pedir a los trabajadores de una planta industrial a usar casco de seguridad (cambio de acción)

Usar la ropa de seguridad, es diferente a usar cubrebocas, ropa estéril o cubre pelo (cambio en el objeto)

Usar un casco de seguridad en una industria metalmeccánica es una conducta diferente a usar un casco de seguridad en una industria farmacéutica (un cambio de contexto)

Con lo anterior queremos subrayar que en cualquier ámbito, encontraremos muchas conductas diferentes y cada una requerir de una intervención estratégica diferente.

Por ejemplo. La información requerida para que un adulto deje de fumar, es diferente a la que se requiere para prevenir el tabaquismo en los adolescentes

Por esto, la teoría de la acción razonada considera muy importante como primer paso identificar una o más conductas que nos puedan ayudar a alcanzar nuestra meta, porque una vez definida la conducta de interés, la teoría asume que el mejor predictor simple de esa conducta es la intención de la persona para realizar esa conducta, por que la mayoría de las conductas de los individuos que son socialmente relevantes, están bajo control voluntario y por lo tanto el mayor determinante de cualquier conducta es la intención para realizarla o no realizarla.

Por ejemplo. Si se está intentando predecir si un estudiante adolescente de nivel medio superior no fumará la próxima vez que este con un grupo de estudiantes adolescentes adictos al tabaco, el mejor predictor será la intención que tenga de 'no fumar cuando este con un grupo de estudiantes adolescentes adictos al tabaco' y no a su intención de evitar el cáncer pulmonar, o de gastar su dinero en cajetillas de cigarrros

Siendo precisamente por la relación que existe entre las intenciones conductuales y la conducta en sí, que la teoría se preocupa por identificar los factores que apoyan la formación y cambio de las intenciones Para Fishbein y Ajzen (1967) la **intención** de un individuo es "una función de dos determinantes básicos, uno personal en naturaleza y otro que refleja la influencia social" (Fishbein,1990)

El factor personal hace referencia a los sentimientos tanto positivos como negativos para realizar una conducta y lo denomina actitud hacia el comportamiento(op cit) y las normas subjetivas, constituidas por las presiones sociales que lo llevan a realizar o no dicha conducta, las cuales son básicamente percepciones, creencias conductuales y normativas.

Diferiéndolo de otras teorías que dirigen su atención a un solo factor como la teoría de la disonancia cognoscitiva de Festinger que explica el cambio de actitudes a través de la modificación de las creencias o de uno de los tres componentes de las actitudes (afectivo, cognitivo y conductual) como lo propusieron algunos otros autores

La teoría a su vez, considera que una vez delimitadas las conductas de interés, se deben identificar los "referentes" (Fishbein, 1990), los cuales están constituidos por esas personas que para la población que es objeto de estudio por diferentes circunstancias representan una importante figura o influencia y marcan una forma de 'guía' para ellos, al igual que las conductas de interés, los referentes pueden ser diferentes dependiendo del grupo que sea nuestro objeto de estudio.

Ríos (1995) en su propuesta de aplicación de la teoría de la acción razonada a la problemática ambiental considera que esta tiene un "carácter predictivo de la conducta", ya que permite entender los factores que conducen a cambiar (o mantener) las intenciones conductuales de la población estudiada, además de que ofrece validez en sus constructos permitiendo su evaluación a través de procedimientos estadísticos

La aplicación de la teoría de la acción razonada en diferentes escenarios, ha ayudado a explicar con un soporte experimental, porque un gran número de programas educativos han fallado su propósito, exponiendo que la mayoría de ellos buscan provocar el cambio sin definir previamente las conductas de interés, se enfocan exclusivamente a las actitudes, creencias, o normas, de forma desarticulada, sin considerarlos como un conjunto de factores que interactúan constantemente y que al pretender modificar uno, se deben considerar los demás.

Fishbein (1990) considera que los "programas han fracasado porque se han enfocado en actitudes y aspectos generales, más que directamente en las actitudes y/o normas

subjetivas que corresponden directamente a las conductas que se desean cambiar" y sugiere que se deben tomar en cuenta los planteamientos teóricos de la teoría de la acción razonada al momento de diseñar algún programa educativo

Para provocar el cambio de una conducta de interés, se debe identificar previamente la importancia que tienen para la realización de dicha conducta las actitudes y las normas subjetivas, ya que si una conducta se encuentra bajo el control de las actitudes, los intentos por cambiarla a través del uso de la presión normativa, no serán muy exitosos

Lo mismo ocurrirá cuando los miembros de un grupo realizan cierta conducta, porque creen que personas importantes para ellos piensan que así lo deben de hacer, se logrará poco tratando de cambiar las actitudes.

Fishbein y Ajzen (1967) al proponer una teoría que involucra factores como las creencias tanto individuales como grupales, actitudes, factores de influencia social (normas subjetivas), intenciones y conductas, favorecen a la investigación de los fenómenos psicosociales, desde una perspectiva más integral, proporcionando fundamentos teóricos para explicar la conducta y su modificación involucrando varios elementos

Por lo anterior se considera que la teoría de la acción razonada es una buena alternativa para iniciar la investigación en el campo de la psicología del trabajo, ya que permite tener otra perspectiva de posibles alternativas de intervención para provocar el cambio en la conducta de las personas que trabajan en las organizaciones, las cuales al mismo tiempo que son individuales, forman parte de un grupo el cual es diferente al familiar, escolar, amistoso entre otros, por lo tanto tienen creencias individuales, grupales, actitudes, normas, intenciones y conductas propias de 'esa organización'

5. La teoría de la acción razonada y las teorías de cambio de actitudes.

Como hemos revisado hasta este momento, tanto las actitudes como el interés por explicar y manipular su cambio ha sido un importante objeto de estudio para los psicólogos, lo que ha provocado numerosas investigaciones las cuales han tratado de comprobar los puntos propuestos por las diferentes teorías al respecto

En el presente trabajo se considero importante referir las teorías de Newcomb (1953), Hovland, Janis y Kelley (1953), Osgood y Tannenbaum (1955), Festinger (1957) y Heider (1958) porque representan el trabajo previo que se realizó a la Teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen (1967) tratando de proporcionar elementos que permitieran explicar los factores que se involucran con la conducta y las actitudes, así como con su cambio.

Estas teorías anteriores a la teoría de la acción razonada, están de acuerdo en una forma u otra en que la formación de actitudes, se basa en la necesidad que tiene el individuo de un estado de consistencia individual que permita adoptar a las actitudes que son coherentes con un estado de armonía propio rechazando a las incoherentes por ser de difícil formación y asimilación

Al respecto, Rodríguez (1977) afirma que según con las teorías de congruencia cognoscitiva, las actitudes se forman de acuerdo con el principio de la armonía y de la buena forma, siendo más fácil la organización de las actitudes que forman un todo coherente e internamente consistente que la formación de actitudes que debido a su incongruencia provocan tensión y deseos de cambio. La comunicación y la personalidad

de los receptores también se consideraron como elementos determinantes de las actitudes así como de su cambio.

Como podemos observar en lo anterior las teorías sobre las actitudes y su cambio se limitan solamente a los elementos que según los autores rodean a las actitudes, la teoría de la acción razonada ofrece un panorama más general de los cambios, no de las actitudes como elementos predictivos de las conductas, sino de todos los factores que según Fishbein y Ajzen se involucran en estos cambios los cuales aseguran conductas más estables, en relación a cambios sociales.

Las principales semejanzas y diferencias entre las teorías revisadas en este capítulo las podemos encontrar en el siguiente cuadro.

TEORÍA	PRINCIPALES PLANTEAMIENTOS	FACTORES QUE PARTICIPAN EN EL MODELO PROPUESTO	PROPUESTA
Teoría de la disonancia cognoscitiva (Leon Festinger 1957)	Los seres humanos buscan un estado de armonía en sus cogniciones, buscando ser congruentes consigo mismos.	Cogniciones A) disonantes B) consonantes e C) irrelevantes	Propone y explica el término de disonancia cognoscitiva, planteando que esta actúa como un impulso, necesidad o tensión y que su magnitud depende de la importancia de los elementos cognitivos y del número de cogniciones que existan consonantes y disonantes, proponiendo que para disminuir la disonancia y dar lugar a la coherencia cognoscitiva se debe cambiar uno de los elementos cognoscitivos, reducir la importancia de estos o añadir nuevos elementos.

TEORÍA	PRINCIPALES PLANTEAMIENTOS	FACTORES QUE PARTICIPAN EN EL MODELO PROPUESTO	PROPUESTA
Teoría de Hovland, Janis y Kelley (1953)	Destaca la importancia de la comunicación, la naturaleza del auditorio al que se destina esta y las caract. de personalidad de los receptores de la comunicación	Comunicación persuasiva Actitudes/Opiniones	Se refiere al problema de la comunicación persuasiva o cambio de actitud considerando a las actitudes y opiniones como variables con estrecha relación entre sí, identificando a las actitudes que representan las conductas específicas en pro o en contra de determinado objeto y las opiniones relativas a esos objetos las que influyen en pro o en contra de los mismos. Por lo que consideran necesario usar los incentivos capaces de que una nueva respuesta se dé en lo que se refiere a las actitudes y su cambio.
Teoría del esfuerzo en dirección a la simetría (Newcomb 1953)	Considera que la orientación hacia objetos del ambiente es una necesidad constante entre las personas, por lo que propone que debe existir cierta simetría en la comunicación de dos personas con respecto a un objeto actitudinal.	Unidad A-B-X A-B personas X objeto actitudinal Distingue dos tipos de sistemas: individuales y de grupo.	Considerando la existencia de simetría cuando A y B tienen sentimientos positivos con respecto a X, y ausencia de esta cuando los sentimientos no son simétricos o iguales, se propone que en caso de que no exista simetría los integrantes del sistema se esforzarán por obtenerla, de ahí que se plantea que al no existir equilibrio, surgen fuerzas empujadas en alcanzarlo, provocando así un cambio de actitud con respecto al objeto.

TEORIA	PRINCIPALES PLANTEAMIENTOS	FACTORES QUE PARTICIPAN EN EL MODELO PROPUESTO	PROPUESTA
Teoría del Balance (Heider, 1958)	Se refiere a los estados de equilibrio y desequilibrio entre tres elementos: la persona (P), otra persona (O) y un objeto, idea o problema dado (X) Considerando un estado de equilibrio cuando se tienen actitudes similares con respecto a un objeto, y de desequilibrio cuando uno de los dos aprecia un objeto y el otro no, provocando tensión.	Distingue tres elementos: la persona (P), otra persona (O) y un objeto, idea o problema dado (X) Dos sistemas de relación de sentimientos y de unidad. Considerando que una relación de sentimientos de actitudinal y una relación de unidad se refiere a la unión de las personas con los eventos.	Propone un sistema triádico simple de tres relaciones. La actitud de P con respecto a O, y con respecto a X y la actitud de O con respecto a X. Se basa en concepciones gestalistas para explicar su teoría, siendo los principios de la organización perceptual importantes para explicar la percepción de la realidad como un todo que influye en el equilibrio de las actitudes, evitándose el desequilibrio y por lo tanto fomentando el cambio de actitudes.
Teoría de Osgood y Tannenbaum	Principio de congruencia entre las fuentes y el objeto	Sugiere la importancia sobre la congruencia entre las fuentes y el objeto. La relación positiva o negativa entre las fuentes y el objeto	Plantea que, para que exista congruencia es necesario que cuando exista una relación positiva entre la fuente y el objeto, la actitud de otra persona con respecto a estos dos elementos sea positiva, ocurriendo lo mismo en caso de que sea negativa. Siempre que un objeto de juicio se encuentre relacionado a otro por una afirmación existirá congruencia, siempre y cuando ambos sean evaluados en la misma forma y la asociación entre ellos sea positiva ocurriendo lo contrario cuando son evaluados de diferente manera.

TEORIA	PRINCIPALES PLANTEAMIENTOS	FACTORES QUE PARTICIPAN EN EL MODELO PROPUESTO	PROPUESTA
Teoría de la Acción Razonada (Fishbein & Ajzen 1967)	Relación entre creencias conductuales o individuales, creencias normativas o grupales, actitud, intención y conducta	Relación entre creencias conductuales, actitudes, intenciones y conducta, y entre creencias normativas o grupales, normas subjetivas, intenciones y conducta.	Propone un modelo conductual, que sugiere el seleccionar las conductas de interés, identificando claramente cuales son las que en realidad se busca cambiar y a partir de ahí identificar los referentes import para el grupo, después los determinantes múltiples es decir, conocer los pesos relativos que tienen las creencias individuales con respecto a las grupales, lo que a su vez determinará el peso de la actitud con respecto a las normas subjetivas, influyendo en las intenciones y estas a su vez en las conductas

Por esto, se propone a la teoría de la acción razonada como una aportación de la psicología a los cambios organizacionales, la cual en conjunto con teorías administrativas como la gerencia de servicio, pueden favorecer a la necesidad de miles de empresas de lograr cambios en la conducta de los empleados para convertirse en empresas más competitivas y agresivas en el mundo de los negocios actual

Es necesario, comentar que no se pretende establecer que los experimentos realizados durante décadas para explicar los cambios de actitud son poco válidos y rebatibles con la teoría de la acción razonada, lo que se busca es proponer una alternativa, como ya ha sido mencionado a lo que hasta este momento se ha hecho, con una teoría poco mencionada en

los textos y que en los últimos años ha empezado a cobrar fuerza en las investigaciones de fenómenos sociales, sin dejar de lado lo que hasta el día de hoy se ha hecho

Es importante mencionar que el origen del presente trabajo se debe al trabajo profesional que como psicólogo se ha realizado en organizaciones de diferentes giros tanto de productos como de servicios, en donde a pesar de que se reconoce que el recurso humano es el más valioso es el menos comprensible debido a su complejidad y variedad

Fishbein (1990) producto de sus investigaciones sobre el uso del condón como método preventivo de contagio de SIDA, ha propuesto nuevos caminos para hacer frente a una problemática social provocada por una enfermedad que hace cuarenta años no cobraba vidas como lo ha hecho en los últimos años, mismos que pueden ser trasladados a otros campos de ejercicio profesional de los psicólogos como son las organizaciones laborales, en las cuales se requiere conocer y probar con nuevas alternativas que ayuden a contestar sus cuestionamientos sobre los cambios de conducta que necesitan provocar para dirigirse con pasos firmes hacia los resultados que requieren para sobrevivir en un mundo cada vez más competitivo

Ante esta necesidad se propone que los psicólogos del trabajo se actualicen y trabajen en la elaboración de programas educativos basados en la teoría de la acción razonada, que sean orientados a provocar el cambio de conducta en los individuos, antes de que las organizaciones inviertan fuertes sumas de dinero en implementar programas administrativos de cambio los cuales se enfocan solamente en la forma de producir con calidad y no a trabajar con calidad, que es diferente, porque esto incluye a las personas, programas que también apoyen el explicar y comprender desde otra perspectiva al individuo con sus propias características, refiriéndonos a la conducta

Por esta razón se considera importante en este trabajo hacer una revisión de las teorías de calidad que han sido propuestas hasta este momento, y que actualmente de una forma u otra tienen presencia en las organizaciones laborales proporcionando mayor atención a la teoría de la gerencia de servicio propuesta por Albrecht (1990) la cual por un lado es la más reciente y la que en mayor medida con respecto a las otras considera a las personas como los recursos más valiosos en una organización que requiere de cambio, pero que a pesar de eso carece de elementos científicos suficientes para involucrar y explicar la participación de aspectos inherentes a todo ser humano como son los sentimientos, emociones, creencias, normas, actitudes y conductas, pero que puede ser complementada con la teoría de la acción razonada, como se propondrá más adelante.

CAPITULO II

LA CALIDAD DE SERVICIO

1. Introducción

Como se revisó en el capítulo anterior la actitud es un factor significativo en la conducta de los individuos, que reviste de importancia en todos los aspectos de la vida que impliquen la interacción con otro individuo, con un grupo o por sí solo, independientemente del contexto ya sea familiar, escolar, social, o de trabajo

Por lo anterior, el tema de las actitudes juega un papel importante en las organizaciones laborales con lo revisaremos a lo largo de este capítulo ya que no importa la estrategia que se planea para el logro de cualquier objetivo organizacional, sin empleados que manifiesten una conducta que favorezca el funcionamiento de las estrategias, estas no servirán de nada y carecerán de trascendencia.

En la actualidad, mucho se habla de la calidad total, de productos, procesos o servicios, para algunos el implantar calidad en sus organizaciones lo consideran un proceso inútil y costoso, muchos otros lo ven como el instrumento ideal para hacer que sus empresas puedan comenzar a ser o sigan siendo competitivas

Algunos consideran que el trabajar con respecto a los lineamientos de calidad total es algo imposible de implantar en las empresas mexicanas y otros están convencidos de que es perfectamente posible, así como un grupo piensa que es demasiado costosa y con efectos a muy largo plazo algunos otros saben que los beneficios superan con mucho a los costos que pueda generar el implementar programas de calidad dentro de sus organizaciones y los

efectos pueden darse a mediano plazo dependiendo de las estrategias que se sigan para su implementación

Como podemos darnos cuenta el principal impedimento que encuentran los responsables de los cambios organizacionales para implementar programas de calidad es la falta de credibilidad en su efectividad y trascendencia no en los mercados de competencia sino con los empleados que trabajan dentro de las empresas, ya que les queda muy claro que con empleados sin las conductas adecuadas no obtendrán los resultados que buscan.

Por esto, se han revisado algunas de las teorías existentes sobre las actitudes y su cambio, siendo más específicos en el modelo propuesto por la teoría de la acción razonada, porque se considera que cuenta con los elementos necesarios para proponer una buena alianza con los programas de calidad, ya que favorece a la trascendencia y la efectividad necesaria para lograr cambios en la conducta de los empleados que a su vez se espera que ayude en los cambios que la organización para la que trabajan requiere para mantenerse en una buena posición en el mercado de competencia

Si propusiéramos el realizar una encuesta de opinión sobre los programas de calidad de servicio entre diferentes organizaciones probablemente encontraríamos muchas posturas con respecto a este tema, sin embargo, es una realidad que en algún momento nos hemos cuestionado sobre la utilidad o necesidad de implantar la calidad en sus diferentes aspectos en las organizaciones no sólo laborales, sino educativas, políticas o comerciales.

Pero así como existe diversidad en las opiniones podríamos encontrar también muchas justificaciones de los que se resisten a hablar del tema como por ejemplo: "Nosotros siempre hemos trabajado así y seguimos ganando dinero". "No he dejado de ser líder en mi mercado" " No podemos perder tiempo en eso hay que seguir produciendo, nuestros clientes esperan".

Es este capítulo se hará una revisión general de las teorías que se han propuesto sobre calidad las cuales tienen como objetivo común proponer alternativas de solución a la problemática que se están enfrentando las empresas ante el hecho de que en la actualidad los clientes son mucho más exigentes que antes, para más adelante proponer el trabajo conjunto de la psicología a través de la teoría de la acción razonada con estas teorías

En este punto, consideramos importante hacer mención que la teoría de la acción razonada, no debe ser confundida con otras herramientas utilizadas en las organizaciones laborales por los psicólogos del trabajo como lo es la detección de necesidades de capacitación, ya que esta se utiliza para identificar necesidades de entrenamiento específicas para resolver problemas específicos a diferencia de la teoría de la acción razonada que constituye un modelo de modificación de conducta, fundamentado en constructos hipotéticos que buscan explicar la relación entre los factores involucrados en la manifestación de conductas específicas

Al revisar la bibliografía existente sobre las teorías de calidad y su evolución ante las necesidades de las organizaciones en los últimos cuarenta años, se considero la posibilidad de encontrar suficientes argumentos válidos que pudieran justificar la implantación de un programa de calidad en ellas, pero teniendo una variable diferente al común de los argumentos el no tomar en cuenta solamente el cambio de los procedimientos sino también de lo que ocurre con los individuos que trabajan en ellas.

A continuación mencionaremos algunos de los que consideramos más representativos de acuerdo con la experiencia personal del autor de este trabajo en organizaciones de giros financiero, de servicios y farmacéutico.

A) Los relacionados con la globalización de los mercados como son la apertura de fronteras de nuestro país permitiendo la entrada a competidores mundiales, la introducción

a los mercados de una gran cantidad de productos y opciones, mayores posibilidades de obtener buenos servicios, gran soporte financiero detrás de los nuevos competidores

Por ejemplo Las estrategias que han tenido que seguir los bancos en la década de los noventas, después de haber estado nacionalizados por casi diez años, para hacer frente a la apertura que ha tenido el gobierno mexicano al permitir el establecimiento de bancos extranjeros con fuertes estrategias de mercadotecnia e importante soporte económico, los cuales tienen el objetivo de ganar el mercado que los bancos nacionales perdieron durante los años de burocracia, mala atención, mal manejo de los cuentahabientes

B) Los relacionados con la necesidad de entender mejor a los clientes, retirando del mercado los productos obsoletos que están siendo sustituidos por la gran variedad de opciones y por la nueva forma de administrar la economía por parte de los consumidores que ya no compran lo que hay sino lo que realmente necesitan. Las guerras de precios, pérdida de mercado y la necesidad de innovar, lanzando nuevos productos y servicios al mercado

Por ejemplo: En los últimos años los bancos han tenido que diseñar servicios bancarios que cumplan con las nuevas necesidades de sus clientes, como ha sido el pago de nóminas a través de tarjetas de retiro que conllevan ventajas como no traer todo el dinero en la bolsa el día de pago, evitan el formarse en la fila de la caja en un horario restringido permitiendo el hacer retiros a cualquier hora del día y en las últimas fechas hasta acceden a hacer el pago de servicios a través de los cajeros automáticos, evitando la pérdida de tiempo y las colas interminables que los caracterizaban antes

C) Los relacionados con la necesidad de tener mejores condiciones dentro de la empresa, con el fin de evitar baja productividad, altos costos por desperdicios, reprocesos e

inspecciones, personal desmotivado sin deseos de superación, alta rotación de personal, disminución de utilidades, sueldos no competitivos, problemas laborales, falta de compromiso por parte del personal y de la dirección para el logro de las metas, maquinaria obsoleta, cambios lentos en procesos, métodos, diseños.

Por ejemplo La nueva filosofía de los bancos implicó hacer más trabajo con menos gente, por lo que se vieron en la necesidad de seleccionar a los empleados que realmente representaban un beneficio para el logro de los nuevos objetivos, así como implantar programas que difundieran entre los miembros de la organización los cambios y las nuevas necesidades.

Cuando se hace referencia a la calidad como una nueva filosofía de trabajo, en gran número de las ocasiones se cuestiona que diferencia existe entre empresas que no han trabajado en la implementación de la calidad y empresas que lo han hecho, la respuesta se concentraría en afirmar que existen muchas maneras de evaluar la efectividad de una técnica o metodología, a fin de cuentas el objetivo es poder vislumbrar cuales pueden ser los resultados obtenidos después de la aplicación y así poder saber si es adecuada a las necesidades o no.

La comparación de antes-después nos permite hacer un análisis serio de la situación que tiene las empresas, para poderlas proyectar al futuro con el fin de detectar las actuales deficiencias con respecto a las bondades que se pueden lograr al implantar un programa de Calidad y la diferencia que existe entre ambos estados.

Una comparación de este tipo nos puede ayudar a descubrir aquellos puntos en los que son fuertes y aquellos en los que tienen mayores debilidades, de tal forma que se puedan

implantar las estrategias adecuadas a las necesidades y expectativas, sabiendo perfectamente a dónde se quiere llegar.

Muchas veces se puede pensar que la situación que se está viviendo es normal o hasta buena porque no se ha descubierto que hay otras formas o métodos de hacer las cosas, también se puede subestimar el valor de una acción porque se piensa que no dará mayores resultados.

2. Aportaciones de los principales exponentes.

En 1950 cuando el Dr. Edwards Deming impartió su célebre seminario en Japón, poco se pensaba en la gran revolución industrial a la que daría lugar, según el mismo Dr. Deming, sólo él creía en el impacto futuro de esa nueva tecnología, los japoneses reconocieron rápidamente sus aportaciones, por ello en 1960, el emperador Hiroito lo condecoró con la Segunda Orden del Sagrado Tesoro, en su discurso lo homenajeó diciéndole que el pueblo japonés atribuía a su trabajo en Japón el renacimiento de la industria japonesa y su éxito en llevar a todo el mundo sus productos electrónicos, en aquel entonces los occidentales ni siquiera se daban cuenta de lo que pasaba en Japón.

Cuatro años después de haber iniciado Deming sus trabajos en Japón, el Dr. Joseph Juran llegó a compartir sus enfoques, agregándose el Dr. Kaoru Ishikawa quien es reconocido hoy día como impulsor de los círculos de calidad a partir de 1962.

Es significativo mencionar que la formación académica de estos tres iniciadores del movimiento de calidad no tiene relación alguna con una ciencia humanística, el Dr. Deming y Juran se formaron como ingenieros y el Dr. Ishikawa en química aplicada, lo que nos marca una pauta para identificar probablemente porque las teorías de Calidad, mencionan la importancia de la participación de los individuos sin profundizar en los

cambios que ellos también van experimentando durante la implementación de un programa de Calidad, por ejemplo, la Calidad Total exige como premisa la involucración de todos los integrantes de la organización, ya que según el Dr Deming (1960) sólo así se logra hacer realidad la reacción en cadena: mejora la calidad, bajan los costos, aumenta la productividad, se captura el mercado con mejor calidad a precios bajos, se permanece en los negocios, se generan más fuentes de trabajo, se mejoran los sueldos, pero no proporciona elementos para provocar esta involucración, ni explica cómo se puede dar esta.

Se han considerado como principales exponentes de las teorías de Calidad a Edwards Deming, Joseph M. Juran, Kaoru Ishikawa, Phillip B. Crosby, y Armand V. Feigenbaum.

A continuación proporcionaremos de forma resumida lo que expone cada uno en sus propuestas para la obtención de la calidad, con el objetivo de identificar más fácilmente sus diferencias, similitudes y posteriormente nos sea más sencillo el manejo de la información.

EDWARDS DEMING

Filosofía

- Constancia de propósito para el mejoramiento de la Calidad
- Adoptar la nueva filosofía
- Eliminar la dependencia de la inspección masiva.
- Fin a la práctica de negocios sobre precios de marca
- Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio.
- Métodos modernos de capacitación
- Métodos modernos de supervisión
- Erradicar el miedo.
- Romper barreras entre departamentos
- Eliminar metas numéricas
- Eliminar estándares y cuotas.
- Remover barreras entre el trabajador y su orgullo por el trabajo bien hecho.
- Un vigoroso programa de educación y entrenamiento
- Involucrar a todos.

JOSEPH JURAN

Filosofía

- Medir el costo de tener calidad pobre.
- Adecuar el producto para el uso.
- Lograr conformidad con especificaciones.
- Mejorar proyecto por proyecto.
- La calidad es el mejor negocio.

Metodología

- Detectar áreas de oportunidad.
- Establecer metas de mejora
- Planear el logro de las metas
- Brindar capacitación
- Empezar proyectos
- Registrar cualquier avance
- Brindar reconocimientos
- Comunicar resultados
- Evaluar.
- Mantener el mejoramiento en procesos y sistemas.

KAORU ISHIKAWA

Filosofía

- Primero la Calidad, no las utilidades de corto plazo.
- Orientación hacia el consumidor.
- El proceso siguiente es su cliente
- Respeto a la humanidad
- Administración interfuncional

Las siete herramientas estadísticas

- Cuadro de Pareto.
- Diagrama causa o efecto.
- Estratificación.
- Hoja de verificación
- Histograma.
- Diagrama de dispersión.
- Gráficas y cuadros de control.

PHILIP B. CROSBY

Filosofía

- Cumplir con los requisitos.
- Prevención.
- Cero defectos.
- Precio de incumplimiento

Metodología

- Compromiso con la dirección.
- Equipos de mejoramiento de calidad.
- Medición de la calidad.
- Evaluación del costo de la calidad.
- Concientización de la calidad.
- Acciones correctivas.
- Comité para el programa de cero defectos.
- Entrenamiento a supervisores.
- Día "Cero defectos".
- Establecimiento de metas
- Establecimiento de las causas de error.
- Reconocimiento.
- Consejos de calidad.
- Repetir el ciclo.

ARMAND FEIGENBAUM

Filosofía

- Obtener mejora tanto en la calidad como en los costos.
- Existe la necesidad de hacer operacional al control de calidad.
- Identificar tareas claves.
- La persona prototipo del control de calidad, no inspector.
- Conocimientos de tecnología moderna
- Alto entrenamiento en métodos estadísticos
- Entrenamiento en enfoques de comportamiento y motivación humana.
- Procedimientos documentados.
- Involucra a todos los departamentos de la empresa.

Metodología

- Identificar requisitos de calidad del cliente y uso final.
- Propone cuatro pasos para el control de calidad
- Implementación administrativa y técnica de actividades de calidad.
- Evaluar en que grado el producto o servicio se apega a las expectativas de los clientes.

2.1. Edwards Deming

En general, Deming señaló que el control de calidad implica la producción eficiente de productos que el mercado demanda.

Desarrolló una espiral a la que denomina "mejoramiento incesante" del proceso, cuyos componentes son: su definición, identificación de las características de calidad, su mantenimiento bajo observación y control, y el mejoramiento sistemático. (Mata, 1991 en Rarnos, 1994).

Su modelo propone catorce puntos y siete enfermedades mortales que influyen en el adecuado control de la calidad en las organizaciones.

Los catorce puntos de su filosofía, son

1. Ser constantes en el propósito de mejorar los productos y los servicios.
2. Adoptar la nueva filosofía, considera que las empresas son muy tolerantes frente a un trabajo deficiente y a un servicio hosco, propone una nueva forma de actuar en la que los errores y el negativismo sean inadmisibles.
3. No depender de la inspección masiva. La Calidad no se logra mediante la inspección, sino mediante el mejoramiento del proceso.
4. Acabar con la práctica de adjudicar contratos de compra basándose exclusivamente en el precio, esto conduce a suministros de baja calidad. Propone buscar la mejor calidad y trabajar para lograrla con un mínimo de proveedores para cada uno de los artículos en una relación a largo plazo.
5. Mejorar continuamente y por siempre el sistema de producción y de servicio.
6. Instituir la capacitación en el trabajo, evitar el aprendizaje empírico del trabajo
7. Instituir el liderazgo. El supervisor no debe tener como trabajo castigar a sus subordinados sino orientarlos ayudándolos a hacer un mejor trabajo.

8. Desterrar el temor. La pérdida económica producida por el temor es muy grande, para mejor la calidad y la productividad es necesario que la gente se sienta segura
9. Derribar las barreras entre las áreas staff. Con frecuencia las áreas compiten o tienen metas que chocan entre sí, en lugar de trabajar en equipo para resolver o prevenir los problemas.
10. Eliminar los slogans, las frases que exhortan a la fuerza laboral, ya que no tienen sentido si no están respaldadas por la congruencia de las mejoras en los sistemas.
11. Eliminar las cuotas numéricas, estas solo toman en cuenta a los números no a la calidad de los métodos considerando que constituyen una garantía de ineficiencia y altos costos.
12. Derribar las barreras que impiden el sentimiento de orgullo que produce un trabajo bien hecho. La gente está ansiosa por hacer un buen trabajo y se siente angustiada cuando no lo puede hacer por la actitud equivocada de los supervisores, equipos defectuosos y materiales deficientes.
13. Establecer un vigoroso programa de educación y entrenamiento
14. Tomar medidas para lograr la transformación. Se requiere de un equipo de altos ejecutivos con un plan de acción para llevar a cabo la misión que busca la Calidad.

Los enfermedades y obstáculos que Deming considera que existen dentro de las empresas y deben ser eliminados se enlistan a continuación (Beimont, Ornelas, 1995):

Enfermedades

1. Falta de constancia.
2. Énfasis en los beneficios a corto plazo.
3. Evaluación del desempeño
4. Movilidad de los directivos.
5. Dirigir basándose en cifras

Obstáculos

- 1 **Buscar resultados inmediatos**
- 2 **La suposición de que resuelto los problemas se transformará a la industria.**
- 3 **Búsqueda de ejemplos.**
- 4 **Enseñanza deficiente de los métodos estadísticos en la industria.**
- 5 **Uso de tablas de aceptación**
- 6 **Tener solo un departamento que se ocupe de todos los problemas de calidad.**
- 7 **Creencia de que los problemas residen completamente en la mano de obra.**
- 8 **Falsos comienzos.**
- 9 **El hecho de "instalar" el control de calidad.**
- 10 **La suposición de que sólo es necesario cumplir las especificaciones.**
- 11 **La falacia de los cero defectos**

2.2 Joseph M. Juran

Joseph M Juran, definió a la calidad como el comportamiento del producto, e identifica al cliente como el elemento fundamental del propósito de la calidad. (Mata, 1991 en Ramos,1994)

Es el creador de la trilogía de la calidad que consiste en tres fases

A) planificación, que consiste en el desarrollo de los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades del cliente, la cual comprende los siguientes pasos: determinar quiénes son los clientes, determinar sus necesidades, desarrollar las características del producto que responden a esas necesidades, desarrollar los procesos que sean capaces de producir las características del producto, transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

B) control de calidad, que incluye evaluar el comportamiento real de la calidad, comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad y actuar sobre las diferencias

C) mejora, la cual es la última fase del proceso y será el medio para elevar las cuotas de calidad a niveles no alcanzados anteriormente, estableciendo la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente, identificando las necesidades concretas para adecuar los proyectos de mejora, asignando un equipo de personas que se hagan cargo de cada proyecto y este sea concluido como se espera, proporcionando recursos, motivación y capacitación para que los equipos trabajen como se espera que lo hagan. (Belmont, 1995)

2.3 Kaoru Ishikawa.

Para Kaoru Ishikawa, el control de calidad es "hacer lo que se debe hacer en todas las industrias", lo primero que debe conocerse son los requisitos de los consumidores y saber que están dispuestos a comprar; la calidad debe incorporarse dentro de cada diseño y cada proceso, no se puede crear mediante la inspección

El concepto básico en el control es la prevención de errores repetidos, siempre que existe un problema se debe eliminar la causa básica y no los síntomas, el control de calidad es responsabilidad de todos los empleados y los directivos de todas las divisiones de la empresa

Es muy importante fijar prioridades a largo plazo y pensar ante todo en la calidad, la base del control de calidad son los datos y estos sin análisis estadísticos no permiten un control adecuado, sintentizando su propuesta para obtener la calidad en lo que se conoce como los seis pasos de Ishikawa

1. Primero la calidad no las utilidades de corto plazo
2. Orientación hacia el consumidor.
3. El proceso siguiente es su cliente
4. Utilizar métodos estadísticos.

5 Respeto a la humanidad.

6. Administración interfuncional

2.4 Philip B. Crosby

Philip B. Crosby, fue el creador del programa "cero defectos", define a la calidad como "cumplir con los requisitos" todas las actividades según Crosby deben de obedecer a requisitos previamente establecidos, si la dirección no es capaz de explicar clara e inteligiblemente a los empleados en que consiste la tarea a realizar, se hará imposible cumplir con los requisitos.

La inspección no es el sistema para obtener calidad, el único sistema que permite realmente alcanzar calidad es la prevención, lo cual significa eliminar las posibilidades de error y la adopción de las medidas necesarias para su eliminación antes de que se produzca el problema.

Para Crosby las cosas se deben hacer siempre bien, y la expresión simbólica de esta expresión es cero defectos que equivale a bien desde la primera vez.

Para medir la calidad en forma efectiva recomienda calcular el costo de la calidad con dos elementos el costo del incumplimiento, el precio que se paga por no hacer bien las cosas incluyendo desperdicios, retrabajo, rediseños, tiempos improductivos, más el costo del cumplimiento, es decir, el precio del trabajo que logró cumplir con los requisitos desde la primera vez.

2.5 Armand V. Feigenbaum

Armand V. Feigenbaum (1990) define a la calidad de un bien o servicio como: "El aglomerado total de características del producto o servicio respecto a mercadotecnia,

ingeniería, manufactura y mantenimiento por medio de las cuales el producto y el servicio cubren las expectativas del cliente " (Belmont, 1995)

Exigiendo un equilibrio económico entre las características individuales del producto o servicio, que implican el que sea confiable, servicial, durable y atractivo, aceptando esto como el concepto orientado a la completa satisfacción del cliente.

En términos generales la propuesta de Feigenbaum tiene como objetivo obtener las mejoras necesarias tanto para la Calidad como para los costos que genera, tomando en cuenta principalmente las necesidades de los clientes, proponiendo que estas sean evaluadas constantemente, los procedimientos para la satisfacción de los clientes queden documentados y se identifiquen en las organizaciones las tareas claves para alcanzar las metas específicas de calidad

Es la única teoría que propone el involucramiento de todos los departamentos tomando en cuenta a mercadotecnia, producción, relaciones industriales ingeniería y operación, con una visión mucho más integral de que para lograr la calidad todos los miembros de una organización deben estar involucrados

Como podemos observar todas las teorías hasta este momento revisadas tienen similitudes y diferencias lo importante es que han hecho una importante aportación a los procesos organizacionales actuales y como siempre ocurre han sufrido una evolución, el enfoque de Calidad se aplicó inicialmente a los productos, posteriormente a los procesos y después a los servicios como lo podemos observar con Feigenbaum, siendo la Calidad de servicio actualmente el objeto de estudio de varios estudiosos de la calidad y también de los psicólogos

3. Calidad de servicio

En la actualidad las empresas pretenden utilizar el servicio para marcar la diferencia, asegurar la lealtad de sus consumidores, difundir publicidad y ganar mercado con respecto a los precios de la competencia ya que al tener mayor demanda, les permite mayor flexibilidad en materia económica

La **calidad de servicio** puede definirse como " la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas de los clientes y sus percepciones" (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990)

Según los expertos una estrategia de servicios reposa en 4 elementos básicos. 1) El diseño del "plus" incorporado en el producto básico, el cual también ha sido definido como el "valor agregado del servicio" (Albrecht, 1990) 2) Las operaciones que integran el sistema de prestación del servicio 3) Todo lo relacionado con la intervención humana en su ejecución, 4) la comunicación a los clientes y al mercado del nivel y calidad del servicio pretendido y alcanzado (Ramos, 1994)

Por ejemplo Empresas mundiales como Procter & Gamble no actúan solamente como solucionadoras de problemas y proveedoras de servicios de valor agregado, para sus consumidores, también se ocupa en copiar los datos que pueden dar lugar a mejoras en su servicio a través de los productos que fabrica y comercializa

Durante la década de los sesenta, esta empresa observó que la cantidad de ropa que se lavaba en casa había aumentado al mismo tiempo que el promedio de temperatura del agua empleada en las lavadoras había bajado 15 ° grados, esto provocó que fabricaran un detergente para todas las temperaturas convirtiéndose en un producto preparado para resolver otras necesidades permanentes de los clientes

Es importante resaltar que esta cobertura de necesidades no se podría lograr sin la conducta de los empleados aunada a los avances tecnológicos para crear productos que satisfagan los requerimientos de sus clientes.

Definir el concepto de servicio es una tarea que implica dificultad ya que estos son básicamente "intangibles, y pueden ser considerados prestaciones y experiencias más que objetos" (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990). A diferencia de los artículos que son objetos, los servicios son realizaciones.

Por definición "el servicio es en primer lugar un proceso" (Belmont, 1995). La palabra servicio tiene su origen del latín "servus", esclavo, aquel que realizaba un trabajo físico a cambio de bienes que lo sostenían para seguir trabajando.

3.1 El servicio y sus características

Los servicios tienen las siguientes características de acuerdo con Zeithaml, Parasuraman, Berry (1990):

a) Son intangibles, b) Heterogéneos, c) Inseparables de producción y consumo, d) Tienen caducidad, e) Son flexibles, f) Implican responsabilidad.

Los servicios tienen dos dimensiones: a) procedimiento y b) personal.

La dimensión que corresponde al procedimiento es sistemática e incluye siete áreas. La segunda dimensión que se refiere a la parte personal es difícil de predecir ya que el aspecto humano incluye actitudes, conductas y destrezas verbales pero también incluye siete áreas. (Belmont, 1995)

Las características principales de los servicios son:

Se consideran difíciles de medir, porque en ocasiones dependen de la subjetividad del individuo que está recibiendo el servicio, no pueden almacenarse, no pueden determinarse

de antemano, no tienen vida, tienen una dimensión temporal, se presentan ante una solicitud.

4. Gerencia de Servicio

El concepto de "Gerencia de servicio" tuvo su origen en los países escandinavos, específicamente en Dinamarca con Karl Albrecht y sus colaboradores quienes proporcionaron características de teoría a una serie de conceptos relacionados con los cambios hacia mejores características de los servicios prestados por las organizaciones.

Albrecht, pretendió transmitir con su teoría que el sector industrial en los últimos 20 años, está viviendo una nueva época, la cual puede identificarse como un nuevo periodo de la economía, mucho más dirigida a ser una economía de servicio, caracterizada por industrias que rinden más que lo que producen en el sentido de que los productos que elaboran son importantes por que están dirigidos a la satisfacción de las necesidades de los clientes pero el servicio que están proporcionando impacta de forma mucho más trascendente en la conducta de los consumidores hacia la adquisición o no de esos productos considerándose más importante el servicio como punto de rendimiento que el volumen de producción como tal.

La teoría de la Gerencia de servicio tiene una orientación humanista, su planteamiento se enfoca hacia un sistema organizacional total que permite hacer del mejor servicio su fuerza motriz.

Se considera como un concepto transformativo, una filosofía, un proceso de pensamiento, un conjunto de métodos y un conjunto de valores y actitudes (Albrecht, 1991 en Ramos, 1994)

Sin embargo, es importante resaltar que a pesar de que esta teoría proporciona elementos valiosos para proponer cambios organizacionales hacia las nuevas demandas del mercado de competencia, no analiza aspectos como los factores relacionados con la conducta de las personas actoras de dichos cambios, por lo que se considera interesante proponer el análisis de la gerencia de servicio, a través de una teoría como la teoría de la acción razonada, propuesta por psicólogos sociales, la cual propone conceptos que complementan los aspectos de conducta como actitudes, normas y creencias relacionados a los individuos, los cuales no son evaluados por las teorías cuyo origen es administrativo como las teorías referentes a calidad

CAPITULO III

EL MODELO DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA COMO ESTRATEGIA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO.

1. El cambio de actitudes y la Calidad de Servicio

Hasta este momento, se han revisado de manera separada, dos conceptos que forman parte del quehacer cotidiano de las organizaciones laborales, las actitudes y su complejidad cuando nos referimos al cambio de las mismas, ya que como nos hemos podido dar cuenta existen diferentes teorías que desde su propia perspectiva buscan explicar los factores que involucran un cambio en las actitudes de los individuos y por otra parte, se han expuesto las principales teorías que han marcado una importante revolución en las empresas después de los efectos causados por la Revolución Industrial a principios de siglo, las teorías de calidad, las cuales han sufrido una importante evolución desde que Edward Deming comenzara a trabajar en Japón después de la Segunda Guerra Mundial

En relación al cambio de actitudes, Festinger y Carlsmith (1959), basados en la teoría de la disonancia cognoscitiva propuesta por el primero en 1957, referida en un capítulo anterior plantearon la hipótesis de que entre menos razones existan para que una persona se vea envuelta en un comportamiento público que vaya en contra a sus convicciones personales, mayor será la probabilidad de que la manifestación del comportamiento produzca cambios de actitud en el sentido del comportamiento exhibido.

Proponiendo que para reducir la disonancia experimentada por una persona en esta situación, esta tiende a cambiar su posición interna para hacerla más coherente con el comportamiento públicamente exhibido. (Rodríguez, 1976)

La hipótesis de Festinger y Carlsmith (1959) lo que pretendía era comprobar que entre menor es la recompensa recibida para ejecutar una acción contraria a las convicciones internas de un individuo, mayor es el cambio de actitud que de ahí se desprende

El estudio de las actitudes tiene un largo camino recorrido como lo hemos revisado anteriormente, Rodríguez (1976) expone la importancia que tuvo su estudio especialmente en la década de los años treinta, ya que durante estos años se llevó a cabo el desarrollo de diferentes técnicas para su medición, la segunda mitad de los años treinta se caracterizó por la preocupación de los psicólogos sociales por encontrar los determinantes de las actitudes, dirigiendo su interés por encontrar los factores que conducían a las personas a exhibir tal o cual actitud, aunada a la producción de técnicas para su medición

Hacia finales de los años cincuenta, se hicieron las principales aportaciones en lo referente a explicar el cambio de las actitudes, surgiendo teorías como la teoría de la disonancia cognoscitiva, la teoría del balance, la teoría de la acción razonada

Por su parte, Newcomb (1943) demostró la importancia de los grupos de referencia en la formación y cambio de las actitudes, a través de una investigación que realizó en Bennigton College entre los años de 1935 y 1939, con la que deseaba verificar la variación en la conducta y las actitudes de los estudiantes de dicha institución en función de su asimilación de la atmósfera prevaleciente en la ciudad en la que estaba ubicada dicha Universidad. El objetivo de este estudio longitudinal era demostrar el papel de los grupos de referencia en la formación y modificación de actitudes

Newcomb (1943) concluyó que el hecho de pertenecer a un grupo es menos importante que identificarse con un grupo determinado

Adicional, a lo anterior se considera importante mencionar dentro del marco de las teorías de cambio de actitudes que fueron revisadas en capítulos anteriores a la teoría del Balance de Heider, la cual se ocupa de "los estados de equilibrio y desequilibrio que se dan entre tres elementos, la persona (P), otra persona (O) y un objeto, idea o problema dado (X) (Mann, 1970) la cual considera un estado de equilibrio cuando las dos personas sienten gusto o disgusto por el mismo objeto, de desequilibrio o falta de balance cuando uno de los dos aprecia un objeto y el otro no, provocando tensión entre (P) y (O) los cuales buscarán el cambio de actitud para recuperar el equilibrio

Para Heider, los principios de la organización perceptual que explica la teoría cognoscitiva, son importantes para explicar la forma en la que la percepción de la realidad como un todo influye para que las actitudes tiendan al equilibrio

Pero la teoría que ha sido revisada y marcada con especial interés en este trabajo ha sido la teoría de la acción razonada la cual proporciona otro enfoque a los conceptos que plantean las teorías que ya hemos mencionado

Por ejemplo, el cambio no lo explica como un regreso al equilibrio, sino por los pesos relativos entre actitudes (sentimientos) y norma subjetiva (percepciones del grupo) que afectaron a las creencias tanto conductuales o individuales como a las normativas o grupales correspondientes, las cuales a su vez influyeron en las intenciones para la ejecución o no ejecución del comportamiento en cuestión, no basa sus supuestos teóricos en ningún sistema de recompensas, además de que Festinger y Carlsmith no proporcionan ninguna explicación sobre la permanencia de la conducta sobre la cual se provocó el cambio, a diferencia de la teoría de la acción razonada que explica el cambio de conducta como permanente cuando se han identificado correctamente las conductas de interés.

Explica los grupos de referencia que propone Newcomb en función de las creencias conductuales y las normativas o grupales.

Al revisar las diferentes teorías podemos concluir que todas de una forma u otra, tratan de dar una explicación teóricamente sustentada sobre lo que ocurre en la relación estrecha entre actitudes y conducta ya que consideran que al modificar una de ellas es evidente el cambio en la otra y este es un cuestionamiento que los psicólogos se han hecho a lo largo de varios años.

Por su parte la teoría de la acción razonada involucra como parte de su modelo, no como elementos aislados, a la persona el objeto y un problema dado, para Fishbein y Ajzen la conducta es el punto final en el que se concentran acción, objeto, contexto y tiempo la cual ha sido producto de una serie de interrelaciones entre creencias, actitudes, normas e intenciones.

Como se mencionó anteriormente, a lo largo del desarrollo de la presente propuesta de investigación, se ha realizado también una revisión sobre el trabajo que los investigadores han hecho con respecto a la calidad, término que se ha convertido en una forma de identificar a los procesos, productos y servicios, que se ofrecen continuamente a los individuos, y en una manera de diferenciar entre los que satisfacen las necesidades de los consumidores y los que no las satisfacen.

Las teorías de Calidad dentro del marco de la administración también tienen representantes importantes como Edward Deming, quien ha sido considerado como iniciador del Movimiento de Calidad quien como se dijo anteriormente señaló que el control de calidad implica la producción eficiente de productos que el mercado demanda, desarrollando una espiral a la que denominó "mejoramiento incesante" del proceso, teniendo como

componentes: su definición, identificación de las características de calidad, su mantenimiento bajo observación y control, así como el mejoramiento sistemático (Mata, 1991 en Ramos, 1994)

Joseph M. Juran, seguidor de Deming definió a la calidad como el comportamiento del producto, e identificó al cliente como el elemento fundamental del propósito de la calidad. Es el creador de la trilogía de la calidad: planificación, control y mejora de la calidad.

Estableció las 3 "C": conformancia (adecuación y conveniencia), confiabilidad (certeza de que el producto tendrá siempre calidad) y competitividad (ofrecer mejores precios, productos y servicios) (Mata, 1992 en op cit)

Para Kaoru Ishikawa, la calidad total es "calidad de trabajo, del servicio, de las personas, de la compañía, de los objetivos, de vida." (Zúñiga, 1991 en op cit) y fue el primero en plantear que no se debe solo obtener la calidad del producto sino de todas las actividades y elementos implicados.

Phillip B Crosby, fue el creador del programa "cero defectos"

Armand V. Feigenbaum, se le atribuyó el mérito de introducir el término "calidad total" la cual definió como se revisó anteriormente "la resultante total de las características del producto y servicios de mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento" (Mata, 1991 en op cit)

Se consideró el tema de la Calidad como parte de este trabajo porque, actualmente existe un marcado interés por parte de las organizaciones en implementar programas que

enseñen a sus empleados la Calidad de servicios, con el objeto de ser más competitivas en la cada vez más demandante economía de servicio en la que se desarrollan

Esta economía de servicio que ha adquirido mayor fuerza en los últimos veinte años debe su importancia a que se ha identificado que un servicio de calidad produce los más altos beneficios tanto económicos, financieros como humanos llevando a las organizaciones a producir estrategias de negocio orientadas a proporcionar mejores servicios a sus consumidores finales, y a identificar que la calidad de servicio depende del comportamiento que tengan las personas que trabajan dentro de ellas para la satisfacción de las necesidades de esos clientes

En un mundo cada vez más competitivo y con medios masivos de comunicación que presentan a los consumidores más opciones para elegir que clase de servicio desean recibir, siendo este último punto el más complejo ya que involucra completamente a la conducta de los individuos que forman parte de esa organización, y como nos es sabido el estudiar la conducta humana por sí misma ya representa un importante reto

La conducta como tal involucra una serie de factores tanto educativos, sociales, individuales, como ambientales que son difíciles de discriminar si no se cuenta con elementos teóricos suficientes para hacerlo

Considerando lo anterior, en lo referente a la Calidad de Servicio, se ha profundizado en el concepto de "Gerencia de servicio" propuesto por Albrecht y Zemke, (1990) el cual trata de explicar el cambio importante que han tenido los métodos de trabajo en los últimos años como una metamorfosis del mundo de los negocios clásicamente centrado en los bienes a uno mucho más centrado en los servicios

La teoría de la gerencia de servicio sugiere una definición al término servicio que todos utilizan pero pocos han definido con bases sólidas y científicas, así como una nueva visión para fortalecer esta transformación en la forma de conceptualizar, estructurar y manejar las organizaciones.

Su eje principal propone que "los clientes satisfechos son un activo apreciable a largo plazo, para lo cual hay que dar énfasis a los aspectos intelectuales y psicológicos de los individuos" (Albrecht, 1991) aunque menciona aspectos psicológicos, no los trata con la profundidad que debería desde nuestro particular punto de vista

Después de llevar a cabo en los capítulos anteriores una revisión sobre las teorías que buscan explicar a las actitudes y su influencia sobre las conductas de los individuos en general, así como de las principales teorías de calidad que han marcado un cambio importante en el mundo empresarial actual, en esta última parte se busca el proponer que dos teorías cuyo origen científico es diferente, la teoría de la acción razonada (psicología) y la gerencia de servicio (administración) pueden complementarse sugiriendo una nueva opción para la investigación en psicología del trabajo.

Partiendo del supuesto que el individuo dentro de las organizaciones industriales está formando parte de los rápidos cambios que los avances tecnológicos demandan, provocando la necesidad de conocer por parte de los psicólogos como están percibiendo los individuos estos cambios

Al revisar lo propuesto por Albrecht (1990) a través de la Gerencia de Servicio, podemos percibir lo importante que es para las organizaciones hoy en día diseñar y actuar para implementar programas de Calidad de Servicio entre sus empleados haciendo que estos en

realidad trasciendan y les ayuden llegar a los resultados que buscan tanto financieros como sociales.

Por lo que consideramos importante proponer que se provoque un cambio en la conducta de esos empleados antes de iniciar un proceso que los involucre, para lo cual se sugiere utilizar el modelo de la teoría de la acción razonada expuesto por Fishbein y Ajzen (1975), porque se considera que nos proporciona fundamentos teóricos sólidos para diseñar programas que favorezcan a provocar los cambios de conducta que pueden ser necesarios para obtener mayores probabilidades de éxito en programas de cambio hacia la Calidad de Servicio en los individuos que trabajan en una organización

Además la teoría de la acción razonada como se revisó en el primer capítulo nos proporciona los elementos suficientes para darle un soporte teórico al éxito o fracaso de los programas orientadas a nuevas formas de comportamiento de los individuos.

2. El cambio antes del cambio

El hecho de que el presente trabajo tenga como objetivo proponer un cambio antes del cambio se debe a que en la mayoría de las organizaciones se ha observado, que se invierten importantes sumas de recursos para provocar cambios

Los cuales buscan mejorar diferentes aspectos de estas, como pueden ser los productos que elaboran, los servicios que ofrecen, los procedimientos que siguen o la actuación de sus empleados entre otros aspectos.

Enfrentando diversas problemáticas tales como resistencia al cambio, rotación de personal, adegazamiento de estructuras, pérdida de participación en el mercado, ventas bajas y un sinúmero de situaciones diferentes. Todo lo anterior debido a que los procesos de cambio

no son rápidos, ni sencillos y conllevan un gran número de implicaciones en ocasiones fuera de control

Estos cambios requieren de planes y estrategias sólidas en lo que se refiere a metodología ya que se corre el riesgo de perder credibilidad la cual posteriormente es aún más difícil recuperar.

Sin embargo, el proponer un cambio paulatino y bien planeado enfocado a la conducta de los empleados, basado en modificar primero las conductas que pueden más adelante obstaculizar otros procesos de cambio se considera una estrategia que apoyaría programas de Calidad como el propuesto por la Gerencia de Servicio

Desde el punto de vista de la psicología, Fishbein (1990) considera como la razón principal del fracaso de los programas institucionales el hecho de que la mayoría de las ocasiones se trabaja sobre supuestos falsos, y propone cuatro puntos que considera indispensables de tomar en cuenta cuando se planea realizar una intervención dirigida a un cambio de actitudes en la que se debe cambiar o reforzar las creencias normativas importantes y/o la motivación para actuar de acuerdo a lo que se cree que el grupo espera

1) Importancia - Este punto se refiere a lo importante que es determinar si un acto dado en una población particular se debe al control actitudinal o normativo, y la identificación de las creencias conductuales y normativas relacionadas a la actitud y norma subjetiva, respectivamente.

Para desarrollar intervenciones efectivas se deben determinar primero los resultados y los referentes que son importantes para la conducta en la población que se tiene como objeto

de estudio, ya que tanto los referentes como los resultados pueden ser diferentes de conducta a conducta, y de población a población

Por lo anterior, se convierte en un punto indispensable realizar una investigación profunda sobre las características del grupo, antes de planear y desarrollar una estrategia de cambio conductual.

2) Seleccionar las creencias objetivo - Una vez identificados los resultados y los referentes importantes para el grupo que es objeto de estudio, se debe decidir cuales creencias normativas y conductuales serán objeto de investigación, las cuales estarán determinadas por los pesos relativos de los componentes actitudinales y normativos del grupo, con respecto a cada componente se deben identificar aquellas creencias que discriminan entre la gente que tiene y la que no tiene la intención de realizar la conducta en cuestión.

El planteamiento anterior es muy importante porque de una correcta identificación de las creencias depende el éxito o el fracaso del programa de cambio, ya que una de las razones principales por la que las intervenciones fallan es por no tomar en cuenta las creencias apropiadas.

3) Determinantes múltiples - Partiendo del entendido que las actitudes y las normas subjetivas dependen de una serie de creencias, el cambio de cualquier creencia normativa o conductual puede no ser suficiente para producir un cambio de actitud o de norma subjetiva, ya que el cambio de una creencia puede impactar en el cambio de otra creencia y el impacto puede facilitar o inhibir el cambio.

Para tener éxito en una intervención, se debe cambiar la implicación evaluativa o normativa de la estructura cognoscitiva con la que se relaciona.

4) La regla de correspondencia - Así como la intención tiene una relación proporcional con la conducta que se pretende cambiar, predecir o entender, las actitudes, normas subjetivas, las creencias conductuales y normativas corresponden a la intención.

Creando la regla de correspondencia que consiste en "el cambio de conducta que se genera produciendo cambios en la intención correspondiente, a su vez impacta en el cambio de las normas subjetivas y/o actitudes correspondientes, las cuales son producidas al alterar una serie de creencias correspondientes" (Fishbein, 1990)

Antes de elaborar un programa para cambiar un comportamiento de un grupo, es necesario determinar la importancia relativa de los aspectos actitudinales y normativos para la intención que se desea cambiar en un grupo específico

Al analizar una conducta, se deben identificar las creencias que potencialmente pueden servir como determinantes finales de la intención para ejecutar o no ese comportamiento, diferenciando que creencias están teniendo una mayor influencia en la determinación de esa conducta específica, si se trata de las creencias conductuales o las grupales

Los pasos que se proponen para planear una estrategia de cambio los podemos esquematizar de la siguiente manera.

escalas que pueden ser usadas en la medición directa de las actitudes hacia la realización del comportamiento de interés en la población investigada.

Según estos autores, una creencia predominante y referente, puede variar dentro de una misma población, pero funcionar como medición apropiada de las actitudes. Refiriendo a Osgood y Tannenbaum (1957) las palabras pueden tener diferentes significados, en diferentes contextos, pero la misma palabra puede significar cosas diferentes a personas diferentes. Por lo anterior, los estudios piloto deben utilizar escalas de diferencial semántico que servirán para la medición directa de las actitudes.

Por ejemplo:

En una compañía que pertenece a la industria farmacéutica, deben incrementar las ventas de cierto antibiótico que tiene importante competencia en el mercado, las cuales han disminuido en forma considerable en los últimos meses.

Primera se debe seleccionar una muestra que sea representativa de los empleados de esta compañía y después hacer tres preguntas que permitan la elaboración de las listas que se marcan a continuación:

- 1.- Se les solicita a los individuos que conforman el grupo que hagan una lista de ventajas que crean que tiene trabajar en equipo para incrementar las ventas del antibiótico.
- 2.- Después deben hacer una lista de las desventajas que crean que tiene trabajar en equipo para incrementar las ventas del antibiótico.
- 3.- Una vez terminadas las dos listas anteriores deben hacer una lista de las cosas que se les vienen a la mente cuando piensan en trabajar en equipo cuando deben incrementar las ventas del antibiótico.

Las tres preguntas están dirigidas a identificar las creencias predominantes acerca de la realización del comportamiento en cuestión. La información obtenida debe analizarse con

el objeto de agrupar los resultados en una tabla que muestre la frecuencia de las ventajas comunes en el grupo y lo que identifican como desventajas.

Las respuestas deben agruparse por categorías marcando la frecuencia en que cada categoría de resultados fue mencionada. Como regla, siempre se toma el número de creencias predominantes que sean necesarias para explicar cerca del 70% de todas las respuestas, los resultados identificados como predominantes son un pequeño número de creencias necesarias para explicar al menos el 49% ó 70% de las respuestas provocadas

Para identificar las creencias predominantes sobre la realización del comportamiento, también es necesario identificar los referentes importantes para este comportamiento, para la identificación de estos referentes predominantes se puede evaluar lo siguiente:

A) Pedirles que nombren algún individuo o grupo que apruebe el hecho de que trabajen en equipo para incrementar las ventas del antibiótico.

B) Después, pedirles que nombren un individuo o grupo que pueda desaprobador que trabajen en equipo para incrementar las ventas del antibiótico

C) Por último pedirles que nombren un individuo o grupo al que puedan informarle que están tratando o no de empezar a trabajar en equipo para incrementar las ventas del antibiótico

Las respuestas se deben categorizar y calcular los referentes explicados para cerca del 70% de todas las respuestas que son consideradas como predominantes para la población estudiada.

Fishbein, Salazar, Rodríguez y cols (1988) en el estudio realizado en Venezuela sobre el uso de cinturones de seguridad proponen la elaboración de un cuestionario de preguntas

cerradas utilizando la lista de referentes y resultados conductuales que predominaron, con el objeto de medir cada uno de los constructos en la teoría de la acción razonada.

Para hacer un cuestionario completo de la teoría se deben evaluar: la intención de emplear el comportamiento de interés, las actitudes hacia la realización del comportamiento, la norma subjetiva, creencias de que la realización del comportamiento llevará a resultados diferentes, las evaluaciones de estos resultados, creencias normativas acerca de la determinación de referentes relevantes, y motivación para obrar de acuerdo con estos referentes.

A continuación encontraremos un ejemplo de cuestionario de acuerdo a como lo proponen Fishbein, Salazar, Rodríguez y cols(1988) en el artículo anteriormente mencionado, siendo importante subrayar que este cuestionario no ha sido aplicado y ni validado por lo que no se asegura que cumpla con los lineamientos de confiabilidad y validez necesarios para su aplicación en una muestra real, ya que su propósito es solamente ilustrativo.

CUESTIONARIO

Intención Conductual:

1. Yo pienso trabajar en equipo con otras áreas para incrementar las ventas de nuestros productos.

Cierto Falso

<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	
Totalmente	Bastante	Algo	Algo	Bastante	Totalmente	

Actitud hacia el comportamiento:

2. El trabajar en equipo con otra áreas para incrementar las ventas de nuestros productos es:

Agradable Desagradable

<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	
Totalmente	Bastante	Algo	Algo	Bastante	Totalmente	

Norma Subjetiva

3. La mayoría de las personas que son importantes para mí piensan que yo:

Debería _____ No debería

Trabajar en equipo con otras áreas para incrementar las ventas de nuestros productos.

Creencia Conductual

4. El trabajar en equipo con otras áreas para incrementar las ventas evita que disminuyan mis utilidades o pierda mi empleo.

Cierto _____ Falso

Totally Bastante Algo Algo Bastante Totalmente

Aspecto evaluativo de las creencias.

5. Evitar perder mi empleo por ventas bajas es:

Bueno _____ Malo

Totally Bastante Algo Algo Bastante Totalmente

Creencia normativa

6. Mis compañeros piensan que yo debería trabajar en equipo con otras áreas para incrementar las ventas de nuestros productos.

Cierto _____ Falso

Totally Bastante Algo Algo Bastante Totalmente

Motivación para llevar a cabo la acción.

7. En relación con mi trabajo, yo deseo actuar de acuerdo con lo que mis compañeros piensan que yo debería hacer.

Cierto _____ Falso

Totally Bastante Algo Algo Bastante Totalmente

3. Esquema de aplicación de la teoría de la acción razonada en la organización

Hasta este momento se ha hecho un revisión de lo propuesto por Fishbein a través de diferentes investigaciones de la aplicación de la teoría de la acción razonada en variados contextos, el presente trabajo tiene como propósito principal, proponer un contexto

que podría seguir el investigador para llevar a cabo esto, utilizando un ejemplo en una organización de la industria farmacéutica, ejemplificando un tipo de cuestionario, sin embargo, estamos seguros que al esquematizar estos planteamientos en un diagrama, será más sencillo entender que trabajo se puede hacer con la teoría de la acción razonada en una organización laboral.

ESQUEMA DE APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA EN UNA ORGANIZACIÓN LABORAL

1) Es necesario definir y delimitar el problema

∩

2) Seleccionar una muestra significativa

∩

3) Realizar un estudio piloto para identificar las creencias del grupo

∩

4) Explicar al grupo (muestra) el problema el cual los involucra a todos de forma directa e indirecta por áreas de responsabilidad

∩

5) Solicitar a los miembros de la muestra que respondan a las siguientes solicitudes:

a) Hacer una lista de **ventajas** que crean que tiene trabajar en equipo para resolver el problema específico que previamente se les ha explicado.

b) Hacer una lista de las **desventajas** que crean que tiene trabajar en equipo para resolver para resolver un problema específico.

c) Hacer una lista de cosas que en las que piensan cuando piensan trabajar en equipo para resolver el problema expuesto.

8

6) Recopilar la información y analizarla

8

7) Agrupar la frecuencia de ventajas comunes expuestas por el grupo

8

8) Elaborar una tabla de ventajas

8

9) Agrupar la frecuencia de desventajas comunes expuesta por el grupo

8

10) Elaborar una tabla de desventajas

8

11) Pedirle nuevamente a los miembros de la misma muestra que nombren algún individuo o grupo que **apruebe su interés por resolver el problema que les han expuesto**

8

12) Solicitarle a los miembros de la misma muestra que nombren algún individuo o grupo que **desapruebe su interés por resolver el problema que les han expuesto**

8

13) Pedirle a los miembros de la muestra que nombren a un individuo o grupo a quién le **puedan informar que están trabajando en equipo para resolver ese problema**

8

14) Categorizar y calcular los referentes que se digan en el 70% de todas las respuestas

8

15) Elaborar un cuestionario de preguntas cerradas que mida
Intención Conductual.
Actitud hacia el comportamiento
Norma subjetiva
Creencia conductual
Aspecto evaluativo de las creencias
Creencia normativa
Motivación para llevar a cabo la acción.

⇓
16) Hecha la aplicación se hace un análisis de los resultados
gráficándolos en tablas de acuerdo con los factores que están
midiendo.

⇓
17) De acuerdo con los resultados se diseña un programa para
ser aplicado en la organización.

18) Programa vs. problema de la organización

4. Caso: Scandinavian Airlines Systems desde la teoría de la acción razonada y la gerencia de servicio.

Siendo el objetivo central de esta propuesta, la teoría de la acción razonada y la calidad de servicio a continuación encontraremos un caso que es real el cual la Gerencia de Servicio toma como modelo para explicar parte de sus propuestas, sin embargo, como una de las propuestas del presente es el trabajo interdisciplinario entre la psicología y otras disciplinas, el caso se explicará desde ambas perspectivas, la gerencia de servicio y la teoría de la acción razonada con lo que se pretende presentar de que forma ambas teorías trabajando de forma aislada como lo han hecho hasta ahora obtienen resultados sin embargo, actuando de manera conjunta se lograrían aún mejores y más permanentes resultados.

La visión de negocios del Director de SAS indudablemente fue administrativa como ocurre en la mayoría de las estrategias organizacionales sin poner especial atención a las conductas que presentan las personas que trabajan en ellas, las cuales representan un factor importante y siempre presente para el logro de cambios trascendentes como puede ocurrir planeando paralelamente un programa alternativo dirigido a cambiar conductas, de los individuos, lo que favorecería para obtener mejores y más sólidos resultados; aunque su estrategia resulto exitosa en un inicio, no considero lo que a través de este trabajo se busca destacar, involucrar a los empleados en un verdadero proceso de cambio consciente y planeado, no empirico y al azar como en la mayoría de los casos ocurre.

Los psicólogos podríamos aportar que tampoco se habia considerado a los empleados, además de a los clientes, aunque la estrategia planteada por el Director General de SAS involucraba el cambio de conducta de los empleados de dicha linea aérea, sin considerarlo como tal, ya que reconocia que los esfuerzos de la compañía se habian concentrado en factores que en otra época resultaron correctos y productivos pero habian quedado obsoletos ante el vertiginoso cambio de las necesidades de los clientes, SAS necesitaba inicialmente delimitar la importancia de los factores actitudinales sobre los normativos o viceversa que provocaban las intenciones para ejecutar las conductas que hasta ese momento no habian ayudado a la empresa a tener mejores rendimientos económicos, identificando también las creencias conductuales y normativas que se relacionaban con ellas.

El Director General de SAS sabia que el cambio conductual de los empleados debía dirigirse primordialmente a que estos vigilaran en todo momento el tratamiento que los clientes recibían en todos las etapas que estos tenían contacto con la compañía, desde la concertación de reservaciones, consulta de tarifas, horarios de vuelos, fechas de viaje,

puntualidad en los despegues, trato recibido durante los vuelos, asientos confortables, alimentos y bebidas servidos durante los vuelos, limpieza de los aviones, sentimientos de seguridad, tratamiento de malestares, aterrizajes.

Todo lo anterior con el fin de crear en el cliente, una impresión consciente de la calidad de servicio, haciendo que los clientes reconocieran una diferencia entre SAS y la competencia.

SAS, era una empresa que había perdido su enfoque conceptual sobre las necesidades del cliente para lograr el éxito, siendo este problema la conducta de interés, dentro del marco de la teoría de la acción razonada, la que requería el cambio y se convertía en el objetivo principal de la empresa de acuerdo con la Gerencia de Servicio

Las conductas de los empleados consistían en solo preocuparse por sus tareas individuales, los gerentes por las tareas administrativas de rutina y los administrativos por los formatos para sus informes, dando la impresión de que si no existieran clientes incomodándolos ellos serían capaces de terminar su trabajo más pronto; en lugar de tener una actitud en la que los clientes eran lo más importante siendo por ellos que se realizaba el trabajo.

Para la gerencia de Servicio, el cliente se convierte en el factor más importante por quien y para quien se realiza el trabajo, la teoría de la acción razonada trata de explicar por que los empleados actúan favorable o desfavorablemente con esos clientes

El Director General de SAS reconoció que ese tipo de conductas eran las que necesitaban cambiar, lo que el Director General de SAS deseaba obtener de sus empleados era que su atención no se centrará en el proceso de producción sino en los cambios del mercado,

poniendo más atención en lo que los clientes les solicitaban, el obtener mayores rendimientos a partir de un servicio de calidad es lo que la Gerencia de Servicio propone como básico para el cambio en las organizaciones, el provocar interés por las necesidades de los clientes provoca un cambio en otros aspectos relacionados con el proceso, con el fin de dar cumplimiento a esas necesidades, por lo que era importante que los empleados se convencieran que al provocar estos cambios, al interesarse más por las necesidades reales de los clientes mejoraría la imagen de su compañía, lo cual a su vez reeditaría en mejorar su rendimiento profesional y fortalecería el proceso administrativo

Una vez establecido lo que deseaba obtener, para promover los cambios el Director General de SAS utilizó la ayuda de sus ejecutivos claves, (los cuales actuaron como referentes) con el fin de llegar a todos los empleados de la empresa incluyendo a los que hacían el trabajo más operativo.

El nuevo concepto requería de una reorientación de pensamientos, de mucha energía por parte de todos sus colaboradores en la organización además de necesitar de un tiempo largo para que todos los empleados lo comprendieran.

Completando la acción con una campaña a la que llamo "gerencia visible", él y sus ejecutivos se hicieron responsables de dedicar una buena parte de su tiempo a difundir la nueva doctrina, fortaleciendo su actuación como referentes utilizando su influencia personal así como su autoridad formal para orientar la atención de los gerentes hacia todos los niveles con respecto a la nueva forma de actuar.

El más comprometido en esta tarea fue el mismo Director General quien visitaba personalmente todos los puntos de la organización empleando todos los recursos que se le ocurrieron para que los empleados entendieran sus puntos de vista.

Lo que significó en que hubiera correspondencia entre la acción, objeto contexto y tiempo características de las conductas de interés, que el Director General les solicitaba a sus empleados

Proporcionó a todos los empleados de SAS sin distinción de nivel un curso para ayudarles a desarrollarse como individuos e inculcar un nuevo y dinámico sentido de las metas organizacionales; complementándolo con un programa interno de comunicación cuyo fin era fortalecer el mensaje de cambio.

Además del programa de entrenamiento a los empleados, se promovió la elaboración de algunos proyectos para reorganizar la compañía, lo cual involucraba a los empleados en acciones en las que hasta ese momento no habían sido considerados.

Los empleados modificaron sus conductas de tal forma que ellos mismos creían que debían dedicar todo su esfuerzo para lograr que la compañía tuviera el éxito esperado, y saliera de los graves problemas económicos que hasta entonces había vivido, ya que habían modificado sus creencias de grupo, las cuales influían sobre las normas subjetivas de todos ellos considerando, lo importante que era para el grupo el que los vuelos salieran puntuales.

Con este caso, se pretende ejemplificar de que forma las teorías administrativas como la Gerencia de servicio que hasta este momento han dominado en ámbito organizacional, involucran una serie de acciones relacionadas con la conducta de los individuos que trabajan en ellas, sin saberlo, cuando los supuestos planteados por las teorías psicológicas les ayudarían a explicar de mejor manera procesos de cambio conductual.

Con el ejemplo anterior se tiene la intención de ejemplificar como se puede llevar a cabo una investigación aplicando los supuestos propuesto por la teoría de la acción razonada

Lo que significó en que hubiera correspondencia entre la acción, objeto contexto y tiempo características de las conductas de interés, que el Director General les solicitaba a sus empleados.

Proporcionó a todos los empleados de SAS sin distinción de nivel un curso para ayudarles a desarrollarse como individuos e inculcar un nuevo y dinámico sentido de las metas organizacionales; complementándolo con un programa interno de comunicación cuyo fin era fortalecer el mensaje de cambio.

Además del programa de entrenamiento a los empleados, se promovió la elaboración de algunos proyectos para reorganizar la compañía, lo cual involucraba a los empleados en acciones en las que hasta ese momento no habían sido considerados.

Los empleados modificaron sus conductas de tal forma que ellos mismos creían que debían dedicar todo su esfuerzo para lograr que la compañía tuviera el éxito esperado, y saliera de los graves problemas económicos que hasta entonces había vivido, ya que habían modificado sus creencias de grupo, las cuales influían sobre las normas subjetivas de todos ellos considerando, lo importante que era para el grupo el que los vuelos salieran puntuales.

Con este caso, se pretende ejemplificar de que forma las teorías administrativas como la Gerencia de servicio que hasta este momento han dominado en ámbito organizacional, involucran una serie de acciones relacionadas con la conducta de los individuos que trabajan en ellas, sin saberlo, cuando los supuestos planteados por las teorías psicológicas les ayudarían a explicar de mejor manera procesos de cambio conductual.

Con el ejemplo anterior se tiene la intención de ejemplificar como se puede llevar a cabo una investigación aplicando los supuestos propuesto por la teoría de la acción razonada

para el estudio de los comportamientos en una organización laboral campo en el que esta teoría no ha sido aplicada, como se ha hecho para variedad de comportamientos tales como, adelgazar (Sejwaes y cols , 1980) fumar (Fishbein, 1980) usar anticonceptivos (Fisher, 1984), votar (Shepard, 1987) tomar medicamentos (Miller y cols , 1985) consumir alcohol (Schlegel y cols , 1977) participar en un progrmade rehabilitación (Fishbein y cols , 1988) y prevenir el sida (Fishbein, 1990) (Stefani, 1993)

Proponer la teoría de la acción razonada cuando rompe con los esquemas clásicos del vínculo actitud-conducta explicados y comprobados por varios investigadores durante tantas épocas, proponiendo que las actitudes ya no son el campo de estudio aislado de la psicología social e involucra aspectos como creencias, intención y normas se debe a que ofrece una alternativa de cuestionamiento y explicación a una serie de situaciones conductuales de la vida cotidiana que los psicólogos industriales no han investigado y los sociales no han llevado al campo laboral

La teoría de la acción razonada ofrece mayores oportunidades de realizar investigación en un campo de acción que hasta hoy, no ha sido muy aprovechado por ninguna de las dos áreas y que los administradores han tratado de explicar deficientemente a través de las teorías del movimiento de calidad

La presente propuesta busca plantear una opción de trabajo de los psicólogos sociales y laborales en las organizaciones proponiendo una alternativa previa a la intervención de los administradores quienes han tratado de invadir el campo de las actitudes sin bases teóricas sólidas y han planteado conductas de cambio cuyo origen desconocen tanto desde su punto científico como metodológico.

El cambio antes del cambio busca informar, a los psicólogos sobre nuevas alternativas de desarrollo profesional e investigación, plantear una nueva forma de hacer las cosas

participando de manera científica con un objetivo claro, asegurar el cambio y ofrecer nuevas alternativas a las organizaciones que están por iniciar un proceso de cambio o han sufrido la experiencia de un programa fracasado.

DISCUSIÓN

La teoría de la acción razonada representa una importante aportación al estudio del comportamiento humano, ofreciendo un modelo completo de investigación que toma en cuenta factores que otras teorías consideran de manera aislada como ya lo mencionamos en los capítulos que comprenden este trabajo; así mismo ofrece como alternativa el involucrar aspectos que se mezclan tomando relevancia e importancia dependiendo del momento en el que nos encontremos como investigadores, ya que involucra factores como las creencias dividiéndolas en conductuales cuando son individuales a cada sujeto, grupales o normativas cuando son influidas por el grupo al que pertenece el sujeto en un momento en particular, a las actitudes, las normas subjetivas, las intenciones y finalmente a las conductas.

Por lo completo de este modelo propuesto por Fishbein y Ajzen (1967), al utilizar la teoría de la acción razonada podemos tener la seguridad que las intervenciones y programas educativos que planeemos para cambios de conducta en cualquier campo, tendrán el éxito y la trascendencia que pretendemos lograr porque estaremos seguros de que se están tomando en cuenta tanto factores individuales como grupales, siendo ésta una de las principales ventajas técnicas, otra de ellas es que tiene supuestos teóricos bien fundamentados al involucrar lo individual y lo grupal con la flexibilidad del contexto.

En lo individual toma en cuenta el aprendizaje adquirido en diferentes medio ambientes agrupándolos en las creencias conductuales las cuales se forman producto de la experiencia en la familia, escuela, amigos, actividades culturales y recreativas, así como la experiencia individual que las diferentes etapas de la vida y las circunstancias van dejando en cada uno de los individuos, considerando a las actitudes consecuencia de todo, esta exposición a experiencias buenas y malas que determinan las actitudes ante diferentes situaciones.

En lo grupal, partiendo del supuesto de que el hombre es un ente social, la teoría de la acción razonada no deja a un lado los factores que involucran al grupo, agrupándolas en creencias grupales o normativas que influyen ya no en las actitudes que de alguna forma son individuales, sino sobre las normas subjetivas considera la influencia del grupo, como algo que está presente en las conductas de los individuos ya que por más solitaria que sea una persona, en un momento u otro, esta pertenecerá a un grupo ya sea en la familia, al grupo de los padres, hermanos, tíos, primos, abuelos, o al grupo escolar del salón de clases, aún en los sistemas de enseñanza abierta se pertenece a un grupo, aunque las asesorías sean individuales, se pertenece al grupo de estudiantes de enseñanza abierta, con sus propias creencias las cuales influyen en las normas subjetivas de los individuos y en este mismo sentido podemos referir a los grupos políticos, religiosos, amistosos y laborales.

Pero si analizamos que ocurre con los grupos laborales y lo hacemos con cuidado nos daremos cuenta que en las empresas se involucran tanto las creencias individuales que traemos como parte de esa evolución individual que hemos tenido fuera de la empresa y las grupales con las que nos enfrentamos dentro de ella, con los grupos que representan el poder, la toma de decisiones, el establecimiento de metas, los objetivos y las estrategias, y de todas de forma más sutil, marcan como comportarnos dentro de cada organización laboral como decir las cosas actuar ante diferentes situaciones, así como preparar nuestras comunicaciones y lograr los resultados.

La teoría de la acción razonada que es una teoría de la psicología social tiene como característica propia que puede ser utilizada para explicar diferentes comportamientos no importando el contexto si es problema social, de salud pública, educativo o laboral.

De igual forma, ofrece una alternativa en los años noventa, funcional y adecuada a pesar de haber sido planteada a finales de los años sesenta, para los psicólogos que tienen interés en investigar el comportamiento específico de situaciones actuales y proponer alternativas de intervención con programas que ofrezcan verdaderas soluciones, permanentes y eficaces.

Si la teoría de la acción razonada ha sido aplicada en la investigación de comportamientos tales como adelgazar, fumar, uso de anticonceptivos, consumo de medicamentos o uso de cinturones de seguridad, porque no aplicarla para la investigación de comportamientos organizacionales como trabajo en equipo, calidad de servicio, productividad, seguridad industrial.

Encontrando aquí otra ventaja para los psicólogos ya que ofrece un mayor campo de acción con elementos que se pueden aterrizar en intervenciones bien planeadas, estructuradas y dirigidas específicamente hacia donde se desean realizar los cambios de comportamiento organizacional.

Las organizaciones laborales hoy más que nunca necesitan entender que ocurre con sus empleados, conocer el porqué de sus comportamientos y aplicar de forma correcta programas que en realidad trasciendan y provoquen los cambios necesarios para ser más competitivos, ante las demandas del medio ambiente, la competencia, los avances tecnológicos.

Hoy en día, se ha comprobado que proporcionar calidad de servicio, no importando el producto o servicio que se venda, reditúa verdaderas ventajas competitivas, económicas y sociales, con respecto a sus competidores ya que las conductas de los consumidores han sufrido cambios hacia la demanda de mayor atención e interés por parte de sus

proveedores, por lo que las empresas deben empezar a cambiar sus métodos en el trabajo cambiando su atención de 70% a problemas internos de la compañía y 30% a identificar necesidades de sus clientes, a 70% en interés por los requerimientos de los clientes y 30% los problemas internos de la compañía

Sobre calidad se han hecho diferentes propuestas más de carácter metodológico que de investigación y como es normal el comportamiento humano aparece en el proceso hacia el logro de objetivos de calidad, pero su tratamiento como se dijo en el capítulo tres de este trabajo ha sido superficial, hecho que podría considerarse como normal, porque las teorías sobre calidad, son de origen administrativo y estadístico más orientadas al proceso de producción, no al individuo como las teorías psicológicas cuya orientación es claramente dirigida al comportamiento en su origen y evolución.

Siendo notorio que ambas se complementan porque los administradores no son expertos en la conducta humana como los psicólogos y viceversa estos últimos carecen de una formación administrativa y de proceso de producción.

En este punto, entonces nuestro cuestionamiento se basa en preguntar porque ambas disciplinas han dejado pasar tanto tiempo realizando esfuerzos aislados, cuando en un trabajo interdisciplinario, habrían logrado cosas muy interesantes, probablemente parte de la respuesta a esta pregunta, se explica con la teoría de la acción razonada, porque si pensamos en las creencias conductuales y normativas que influyen en las conductas de los administradores, encontraremos que los administradores creen firmemente que su formación académica les permite involucrarse en todos los aspectos de cualquier organización, sin ser necesario que profundicen en ninguno de ellos ya que con su principio de la administración (planear, diseñar, organizar, implementar y controlar) todo está resuelto hasta el comportamiento humano dentro de las organizaciones, dentro del

marco de las creencias normativas los administradores creen que son los únicos profesionales capaces de solucionar y explicar cualquier fenómeno que involucre al proceso productivo, económico, financiero y hasta humano.

Son los únicos profesionales junto con los ingenieros que se consideran capaces de actuar en cualquier área de trabajo, llámense finanzas, recursos humanos, ventas, mercadotecnia, logística, producción, mantenimiento, a diferencia de los psicólogos que como sólo tienen como campo de estudio a la conducta, su presencia es limitada, cuando al contrario la presencia de los psicólogos es aún mayor y más indispensable que los administradores o los ingenieros porque mientras el hombre sea más importante que las máquinas, seguirán existiendo necesidades individuales y grupales que entender y explicar por parte de la psicología.

Las creencias normativas/grupales de los administradores marcan una superioridad por parte de estos con respecto a otras disciplinas, las creencias conductuales influyen en las actitudes de los administradores que buscan actuar como capaces para explicar cualquier situación no importando su origen, proporcionando soluciones acertadas y trascendentes, pero como todas las disciplinas diferentes a la psicología, nunca será capaz de explicar a profundidad y de manera individual el porque del comportamiento humano.

Al considerar un plano interdisciplinario ¿qué ocurre con la administración?, la respuesta encontramos cuando evaluamos la teoría de la gerencia de servicio de Albrecht, desde la perspectiva de los psicólogos, encontrando que cuenta con una gran limitante, explicar que ocurre con el comportamiento de los empleados, porque actúan o no en favor de una calidad de servicio, ya que estos no cambian sus comportamientos solamente porque el Director General, cambia de estrategia y les dice que deben portarse mejor con los clientes, o les pide que se comprometan con sus objetivos, hay elementos mucho más allá

de dar capacitación y trabajar más de cerca de los operarios, hay una modificación en las creencias, que en un efecto consecuente provoca un cambio en las conductas; situación que hasta este momento los psicólogos son los únicos capacitados para explicar con fundamentos teóricos sobre el porque de los cambios de conducta.

Por eso, el objetivo del presente trabajo de proporcionar una revisión de lo que hasta este momento se ha trabajado en psicología con respecto a las actitudes y su cambio, así como lo que en administración se ha propuesto para mejorar y mantener a las empresas vigentes en un mercado cada vez más complejo y competitivo.

Con el fin de proponer un trabajo interdisciplinario que represente una conjunción de esfuerzos entre psicólogos y administradores, la cual favorezca a las empresas y a los empleados que trabajan en ellas, ya que en la medida en la que los profesionales de ambas disciplinas promovamos la unión de esfuerzos, lograremos proporcionar no sólo a la economía, sino a la humanidad, elementos que favorecerán a incrementar tanto de forma grupal como individual la satisfacción de necesidades de logro de metas y una forma de vivir más acorde con la época que vivimos de finales de siglo.

También este trabajo busca provocar la inquietud en los psicólogos que están trabajando en las empresas, para promover la investigación del comportamiento dentro de ellas, basándose en la teoría de la acción razonada haciendo un enfoque con las necesidades de las empresas en lo que se refiere a calidad de servicio y que hasta este momento no se ha hecho de forma conjunta.

Así como en los psicólogos que están en una etapa de formación y la teoría de la acción razonada con las teorías de calidad de servicio representan una alternativa de desarrollo profesional.

CONCLUSIONES

El realizar una investigación bibliográfica del trabajo de investigación que se ha hecho sobre las actitudes y su cambio en los individuos, y de las teorías de calidad específicamente sobre la calidad de servicio, y proponer un trabajo interdisciplinario de la psicología con la administración, provoca una serie de reflexiones sobre las ventajas que conlleva el trabajo conjunto de dos disciplinas que en la mayoría de las ocasiones se desarrollan de manera paralela, cada una haciendo referencia de la otra, pero sin conjuntar sus esfuerzos en un objetivo común.

Aunque en las organizaciones laborales es cotidiano encontrar psicólogos y administradores trabajando juntos, podemos darnos cuenta que sus esfuerzos generalmente están alejados entre sí, cuando el trabajo realizado por investigadores y especialistas de ambas disciplinas nos invitan a conformar proyectos en los cuales al trabajar de manera conjunta se lograría complementar las carencias de cada una, obteniendo resultados que hasta este momento de forma aislada no se han logrado, ya que las teorías de la psicología se dirigen específicamente a la conducta de los individuos y las administrativas a los procesos sin tomar significativamente en cuenta esa conducta.

La teoría de la acción razonada como se ha expuesto a lo largo de este trabajo representa en muchos aspectos un modelo completo que involucra a varios factores que están en juego en la expresión de las conductas tanto individuales como cuando el individuo forma parte de un grupo, además propone una metodología para hacer investigación con ella, para después elaborar programas que realmente signifiquen resultados trascendentes y no solo costo para quienes los utilicen, por esto se ha propuesto como una estrategia, ya que se considera una alternativa adecuada que sirva de base, de soporte firme a la implantación de programas de otro tipo, con una base científica diferente a la Psicología, los cuales encontrarán terrenos menos escabrosos y más permisibles al cambio a las nuevas ideas.

El fomentar a través de este tipo de trabajos bibliográficos la investigación más profunda de la teoría de la acción razonada en el campo de la psicología laboral, debe ser un objetivo fundamental de los psicólogos que actualmente se desenvuelven en el medio de organizaciones laborales tanto nacionales como transnacionales, ya que en la medida que se compruebe a través de la investigación lo importante que es el individuo, su conducta y la posibilidad de cambio que esta tiene, así como los beneficios que representa procurar los cambios de las conductas que realmente requieren cambiar y no de todo de una sola vez.

Además de lo importante que es en este momento antes de finalizar el siglo, fomentar el trabajo interdisciplinario que no sólo involucre decisiones unilaterales, sino trabajos en conjunto enriquecidos por la experiencia y los años de investigación que cada disciplina tiene a lo largo de su evolución en la historia del hombre, procurando los cambios integrales y efectivos a largo plazo que se interesan principalmente por los individuos que trabajan en las organizaciones laborales y que no son solo parte del proceso productivo, sino que también merecen ser tomados en cuenta como parte importante de los objetivos futuros, ya que los individuos representan la pieza clave en el proceso de cambio de todas las organizaciones en su preparación para el nuevo siglo

GLOSARIO

Creencias conductuales: "Se refieren a las creencias más importantes predominantes en la mente, que le indican a la persona que al realizar una conducta logrará ciertos resultados." (Fishbein,1990)

Creencias normativas: "Son las creencias de las personas acerca de que grupos o individuos que son importantes para ellos piensan que él/ella debería (o no debería) realizar la conducta " (op.cit)

Factor personal: "Comprende los sentimientos afectivos del individuo, positivos o negativos con respecto a la ejecución de una conducta, este factor es llamado actitud hacia el comportamiento". (Alfaro, 1995)

Intención conductual: "La intención de una persona (sea la intención de alcanzar una meta, caer en una categoría de conducta o realizar una conducta dada) es una función de dos determinantes básicos uno personal y otro que refleja la influencia social" (Fishbein, 1990)

Norma Subjetiva: Se refiere a "la percepción de una persona acerca de las presiones sociales que lo llevan a realizar o no la conducta " (op cit)

Teoría de la acción razonada: Modelo propuesto por Fishbein y Ajzen (1967) que considera la importancia de predecir y entender la conducta humana (Alfaro,1995) incluyendo como factores las creencias conductuales, las creencias grupales, la actitud hacia el comportamiento, la percepción de las presiones sociales y las intenciones hacia la conducta.

REFERENCIAS

- Acevedo, A. y Montiel, A. (1982) Cambio de actitudes y cambio social una posición crítica. Tesis de Licenciatura inédita Facultad de Psicología, UNAM
- Albrecht, K. y Zemke, R. (1991) Gerencia del servicio. Colombia. Legis Editores
- Alfaro, L. (1995) El modelo de acción razonada como predictor del uso del condón en adolescentes y factores psicosociales asociados al contagio de VIH. Tesis de Maestría inédita Facultad de Psicología, UNAM
- Belmont, I. y Ornelas, L. (1995) Estudio comparativo de la Calidad en el servicio en el área de caja de tres sucursales de diferentes instituciones bancarias. Tesis de Licenciatura inédita Facultad de Psicología, UNAM
- Blum, M. y Naylor, J. (1992) Psicología Industrial. Sus fundamentos teóricos y sociales. México Trillas
- Fishbein, M. (1990) Factores que influyen en la intención de estudiantes en decir a sus parejas que utilicen condón. Revista de Psicología Social y Personalidad
- Fishbein, M., Salazar, J.M., Rodríguez, P.R. y cols. (1988 b) Predicción del uso de cinturones de seguridad en estudiantes venezolanos una aplicación de la teoría de la acción razonada en latinoamérica. Revista de Psicología Social y Personalidad, 4, 19-41.
- Liberman, S. (1968) Teorías sobre el cambio de actitudes. Tesis de Licenciatura inédita Facultad de Psicología, UNAM
- Mann, L. (1970) Elementos de psicología social. México Limusa
- Myers, (1990) Psicología social
- Ramos, M. (1994) Conceptos psicológicos de calidad de servicio bajo un enfoque sistémico. Tesis de Licenciatura inédita Facultad de Psicología, UNAM
- Reich, B. y Adcock, Ch (1980) Valores, Actitudes y Cambio de Conducta. México Compañía Editorial Continental S.A.

- Ríos, C.T. (1995) Actitudes, intenciones conductuales y predicción de conductas relacionadas con la problemática ambiental, una aplicación del modelo de la acción razonada. Tesis de Maestría inédita Facultad de Psicología, UNAM.
- Rivera, A.S y Díaz-Loving,R (1994) Actitudes, norma subjetiva y creencias en relación al uso del condón. La psicología social en México. Vol.V México AMEPSO 628 - 635.
- Rodríguez,A (1976) Psicología social. México,Trillas
- Stefani,D. (1993) Teoría de la acción razonada: una aplicación a la problemática de la internación geriátrica. Revista Latinoamericana de Psicología, 25, 205 -223.
- Walton, M (1990) Como administrar con el método Deming. México. Norma.
- Zeithaml,V. Parasuraman, A. Berry, L.(1990) Calidad Total en la gestión de servicios. España: Editorial Diaz de Santos.