

PSICOLOGÍA

DE LAS

RELACIONES LABORALES

(Prácticas)

PRÁCTICA: LA FORMACIÓN Y EL DESARROLLO DE GRUPOS.

Cuestiones: Después de haber leído detenidamente el caso práctico presentado realiza las siguientes cuestiones:

- Identificar las siguientes características de los cuatro tipos de integración social propuestos en el modelo que presenta el grupo escindido del caso práctico anterior.

INTEGRACIÓN AMBIENTAL

- ◆ Obedecer a más criterios políticos que humanitarios
- ◆ La asamblea anual sirvió para discutir las diferencias entre los grupos en un entorno social
- ◆ El entorno cultural de la ONG se aprecia cuando miembros notan pertenecer a un grupo y comparten el mismo cultural

INTEGRACIÓN COMPORTAMENTAL

- Cuando notan los trabajadores las críticas de sus compañeros y comienzan a cambiar su comportamiento respecto a ellos.
- Tras la asamblea el tono fue más agresivo ya que el intercambio de conductas puede producirse de manera que ocasione recompensas.
- Se comportan de diferente modo al comprobar la integración evolucionista ya que se sienten con mayor éxito al verse en mejor posición que los aislados.

INTEGRACIÓN AFECTIVA

- Al principio participan activamente y después de años compartían descontento en sus contribuciones
- Al unirse en la segunda ONG comenzaron a sentirse efectivos y el grupo se veía en su máximo esplendor. Llegado al punto que las relaciones entre ellos eran extraordinarias.
- Finalmente al dispararse el grupo por la situación de discrepancia de opiniones, sus relaciones eran negativas llegando a perder la confianza de sus voluntarios.

INTEGRACIÓN CONGNITIVA

- Los trabajadores se dan cuenta que ya no comparten sus opiniones como antiguamente, esto hace que se sientan excluidos del grupo.
- Los críticos intentaron que los demás reflexionaran, lo cual dice que intentan compartir características, o sea ser similares.
- Cuando organizan la segunda ONG fue porque en la primera ONG no compartían las mismas ideas con el resto del grupo.
- Al unirse en la segundo captaron su similitud y comenzaron a pensar que son un grupo.

2-Identificar las diferentes etapas del proceso de formación de grupo propuesto por Worchel (1992).

Primer estadio: Periodo de descontento.

Los componentes del grupo se sienten marginados de los demás porque son un número reducido de personas que mantiene unos primeros respecto a una mayoría. Por ello nota cierta indefensión con respecto a los demás y comienzan a sentirse aislados.

Segundo Estadio: Suceso precipitante.

Los miembros del grupo desplazado comienzan ver que no comparten los mismos opiniones con el grupo mayoritario de la ONG y deciden formar una organización en la que todos ellos sean capaces de expresar sus ideas y principios. Para ellos constituyen una nueva ONG de ocho miembros.

Tercer estadio: Identificación con el grupo.

Al formar la nueva ONG comienzan a sentir satisfacción por los progresos de la misma, y que tuvieron gran éxito, atrayendo a voluntarios.

Cuarto estadio: Individualización.

Los miembros comenzaron a dispersarse porque no se ponían de acuerdo y comenzaron a perder la confianza de los que seguían. Esto fue porque cada vez resultaba más difícil mantenerse unidos.

Quinto Estadio: Individualización.

Los miembros comenzaron a dispersarse porque no se ponían de acuerdo y comenzaron a perder la confianza de los que les seguían. Esto fue porque cada vez les resultaba más difícil mantenerse unidos.

Sexto Estadio: Declive grupal.

Al no sentirse identificados unos con otros y a tener dudas sobre el valor grupal, inspirando confianza entre los miembros del grupo. Así pues se deshizo el grupo.

PRÁCTICA: INFLUENCIA DE LA MINORÍA EN EL GRUPO PEQUEÑO.

- Descripción del comportamiento de la minoría(miembro del jurado numero 8): ¿Cómo consigue influir en la mayoría?¿ En qué se diferencia su comportamiento del de la mayoría?

La minoría ha ido influyendo en la mayoría mediante la consistencia, argumentos coherentes, divergencia en los pensamientos y ofreciendo diferentes alternativas. Esta minoría ha defendido su postura y por ellos lo ha conseguido. Mientras que la mayoría a utilizados métodos mas autoritario y agresivos.

- Ha sido una influencia dicotomizada con varias alternativas, lo que favorece la influencia, junto con el apoyo social, la credibilidad, la firmeza, los créditos idiosincráticos, la minoría nómica.
- Se muestran muy persistentes y más convencidos de su nueva postura. Cambian interiormente de pensamiento y postura.
- En público todas las personas estaban a favor de la mayoría y nadie a favor del miembro nº 8, pero cuando los votos se hicieron en secreto los cambiaron ya que sabían que nadie los rechazaría al no ser quien son. No lo demuestran en público pero sí en privado interiormente.

- Aparecen muchas diferencias ya que la mayoría inicial no es flexible, ni aporta argumentos razonables ni se mantienen firme en su postura como ocurre más tarde en la nueva mayoría que está dirigida por un líder que es coherente con sus pensamientos y va ganando créditos idiosincráticos. Además éste no intenta ejercer presión sobre los demás sino que intenta aportar argumentos coherentes y claros
- La mayoría se comporta de manera violenta, recriminando y ridiculizando lo que la minoría piensa. Esto hace que la minoría siga su postura firme y refuerce la conversión de sus miembros.
- Mi conclusión es que una minoría puede cambiar la postura de una mayoría por el hecho de mantenerse firme en su postura, aportando unos argumentos firmes, claros, coherentes, siendo consistente en todo momento y ofreciendo nuevas alternativas. Y lo más importante es que resiste a todas las presiones ejercidas por la mayoría

PRÁCTICA: COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA CORDEL.

- El modelo de comunicación formal que tenemos aquí, es de cadena, el director general actúa como conducto central a la comunicación de todos los departamentos .

Los departamentos no se comunican entre sí. El director actúa de portero porque todos los mensajes le llegan a él y controla toda la información que fluye por el canal de comunicación.

- Predomina la comunicación vertical descendente, porque la comunicación fluye del nivel más alto al más bajo, es decir del director a los gerentes de los departamentos.

La red de comunicación es formal porque transmite mensajes oficiales, sigue el organigrama preestablecido y sigue la cadena de autoridad. Solo se limitan a cumplir los objetivos de la empresa y las directrices de la organización. No satisface las necesidades de comunicación y no es útil para problemas complejos.

- Es una red centralizada , porque se basa en un modelo autoritario, en este caso es el director general, y va descendiendo a los demás departamentos.
- En esta organización hay varios problemas:

Uno de ellos es la falta de comunicación informal, ya que no tienen necesidades sociales del grupo, de esta forma la ejecución de la tarea es más compleja.

Además, los miembros estarán menos motivados. Necesitan tener una comunicación no formal, ya que para tareas complejas con la comunicación formal no es suficiente.

Un problema apreciable es la sobrecarga de la información que se ha de transmitir en una determinada unidad de tiempo.

Hay problemas de omisión ya que el director, no comenta con el resto de departamentos sus planes. Hay errores en la transmisión de información, con olvidos de la misma.. Al no tener tiempo para los problemas los dejan en cola de espera.

El error fundamental es la falta de comunicación entre los diferentes departamentos ya que el gerente acepta argumentos que más tarde olvida, por múltiples circunstancias.

- Para la mejora de los problemas tendrá que haber una organización plana con pocos niveles jerárquicos, comunicación interdepartamentales, más informal y participativa..

También otra solución sería poner buzones de sugerencia o mediadores de la organización. La repetición de mensajes de manera diferente y en distintos momentos también es una buena solución para evitar la distorsión.

PRÁCTICA: LIDER CARISMÁTICO

Mi estudio no va sobre un personaje específico, sino sobre los líderes de religiones en general, tanto de la iglesia católica, musulmana u cualquier otra que se este jerarquizada. Cualquier líder tiene unos poderes fuertes de influencia capaces de cambiar actitudes, creencias y escala de valores, hacen que el individuo adopte y se identifique de una manera solidificada con el grupo.

Se pueden ver en diferentes fases. La primera de ellas el líder detecta deficiencias y oportunidades en la situación actual. En este caso el líder detectará que las personas se muestran inseguras por la política, sociedad, insolidaridad y estos se aprovechan de estas deficiencias y puntos débiles para persuadirlos ofreciéndoles un mundo mejor, dando respuestas a preguntas universales con una explicación mitológica, ya que carecen de una después conocida aún por el ser humano.

Posteriormente comunica su visión, con muchas seguridad en sus ideales. Estos líderes define el status-quo como inaceptable, promueve que otras formas de religiones son inaceptables, una estafa para el ser humano que cree de verdad en un Dios, incluso refiriéndose a otras religiones como infieles, como es el caso de la musulmana. Las rechaza y propone su visión como la mejor solución, atrayendo a sus seguidores .

La tercera fase la encontramos una vez establecida la visión los líderes obtiene la confianza en sus seguidores, empleando el éxito y conductas no convencionales. Emplean mensajes modernos, innovador, y adaptados a la sociedad a la que se dirige.

Por cuarto y último lugar los líderes demuestra que los medios que utiliza son válido para alcanzar su visión. En este caso las personas seguidoras para alcanzar un mundo superior, llegan a situaciones extremas como sacrificar sus bienes, incluso sus vidas , justificando los medios con el fin.

El líder es capaz de crear fé en ellos, de cambiar escalas de valores ofreciendo altas expectativas a sus seguidores.. Influye en ellos de tal manera que se identifican con el grupo, incluso llegan a aislarse socialmente, haciendo cambiar de valores y de costumbres.

Estos líderes se justifican continuamente argumentando que se encuentran en una vida de sacrificio por sus fieles, defendiendo sus intereses, y sin obtener ningún beneficio para ellos.

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA

DEPARTAMENTO DE FABRICACIÓN

DIRECTOR

GENERAL

DEPARTAMENTO

PERSONAL

DEPARTAMENTO

VENTAS

