



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

**II CONGRESO DE LA RED INTERNACIONAL  
DE INVESTIGADORES EN COMPETITIVIDAD**

**TITULO:** Análisis del cambio de actitud hacia el trabajo en los jóvenes recién egresados de las universidades mediante un curso-taller diseñado con la finalidad de fortalecer la competitividad de sus respectivas empresas.

**ÁREA TEMÁTICA: EDUCACIÓN Y COMPETITIVIDAD**

**Autores**

Dra. María Josefina Rivero-Villar

Profesor – Investigador. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Departamento de Posgrados

21 Sur 1103 Colonia Santiago, 72100 Puebla, México

Tel (222) 2299421 Fax (222) 2325251

[mariajosefina.rivero@upaep.mx](mailto:mariajosefina.rivero@upaep.mx)

Dra. Laura Mayela Ramírez Murillo

Profesor – Investigador. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Departamento de Ciencias Económico – Administrativas

21 Sur 1103 Colonia Santiago, 72100 Puebla, México

Tel (222) 2299400 Fax (222) 2325251

[lauramayela.ramirez@upaep.mx](mailto:lauramayela.ramirez@upaep.mx)

Dr. Salvador Ceja Oseguera

Profesor. Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Departamento de Ciencias Económico – Administrativas

21 Sur1103 Colonia Santiago, 72100 Puebla, México

Tel (222) 2299400 Fax (222) 2325251

[salceja@yahoo.com.mx](mailto:salceja@yahoo.com.mx)

## **RESUMEN**

El mercado laboral en la ciudad de Puebla se ha estado enfrentando a un problema recurrente relacionado con la inclusión en las organizaciones de profesionales recién egresados de las universidades, que afectan la competitividad de las empresas al manifestar actitudes negativas ante el trabajo.

El objetivo de esta investigación, no experimental, cuantitativa, descriptiva y transversal planteada en tres etapas consistió en analizar las percepciones que los empresarios del ramo de servicios adscritos a la COPARMEX-Puebla tienen sobre la actitud hacia el trabajo de estos profesionistas, para pretender modificarlas a través de un curso-taller y posteriormente analizar aquellas que fueron fortalecidas y si corresponden con las ya mencionadas por los empresarios.

Los resultados demuestran que las actitudes hacia el trabajo percibidas por los empresarios son negativas y que el curso-taller posibilita los cambios en ciertas actitudes al encontrarse un fortalecimiento en la mayoría de ellas.

**Palabras clave:** trabajo, actitudes hacia el trabajo, actitudes percibidas por los empresarios, competitividad

## **ABSTRACT**

Labor market in Puebla has faced a recurrent problem in relation with the inclusion of newly graduated professionals in the organizations, which affects the competitiveness of the firms when they exhibit negative attitudes towards the job.

The purpose of this non experimental, quantitative, descriptive and cross-sectional research is presented in three stages. It consisted of the analysis of the perceptions that the entrepreneurs in the service strand enrolled in COPARMEX-Puebla had about the attitudes of the aforementioned professionals towards their jobs, in order to modify them through a workshop and later on analyze those that were strengthened and determine if they correspond to those already mentioned by the entrepreneurs.

The results show that the attitudes perceived towards the job by the entrepreneurs are negative and that the workshop facilitates changes in certain attitudes, finding a strengthening in most of them

**Key words:** work, attitudes towards the work, attitudes perceived by the entrepreneurs, competitiveness

## **1. INTRODUCCIÓN**

El trabajo se enfrenta de la misma forma que se enfrenta la vida. En él se refleja lo más íntimo del ser: virtudes, defectos... posibilidades. Para algunos no es posible explicar al hombre sin su relación con él, al ser una forma para desarrollarse y alcanzar su fin último. En este sentido el valor del trabajo para la vida humana es incalculable.

En el campo social, el trabajo es la base del progreso de las comunidades. Las relaciones laborales que se crean ayudan a dar forma a la vida de la persona. Se perfecciona el individuo, pero también la sociedad.

La forma de desempeñar el trabajo depende de las actitudes que se tengan hacia él, ya sean positivas o negativas. El éxito laboral no depende tanto de las capacidades para ejecutarlo sino de la manera como se enfoca.

En México, la mayoría de los trabajadores e incluso algunos profesionistas lo conciben como una carga, como una actividad al servicio de alguien que les es ajeno. Esto es en parte por el trato recibido desde la época precortesiana donde los pueblos sometidos tenían la obligación de pagar tributo a los dominadores, pasando por la conquista, la época de la independencia y durante el porfiriato, situación que de una u otra manera continua hasta hoy. Debido a esta constante histórica resulta difícil comprender el trabajo como un valor, como una actividad que desarrolla y perfecciona a quien la realiza, al sólo ser percibido como un medio para ganar dinero que si se puede evitar, mejor.

Aunado a esto, se ha encontrado que los medios de comunicación masiva refuerzan esta postura de castigo ante el trabajo al considerarla como una actividad difícil, pesada y cansada. En este sentido, el empresario mexicano también ha percibido en sus trabajadores de todos los niveles la influencia de la cultura imperante durante siglos, donde ni la familia ni la universidad han sido capaces de transformar esta visión del trabajo para otorgarle su apropiada dimensión.

En contraste, analistas en el tema de la educación (Giussani, 1991; Meneses, 1998; Rugarcía, 1999; 2000; Trillo, 2003; Medina, 2004; Goleman, 2006) consideran que los tres rasgos humanos operativos y genéricos que deben atenderse en las universidades son: los conocimientos, las habilidades y las actitudes. En el caso de los conocimientos las universidades deben desarrollar la capacidad de aprender-entender, para que de esta manera se evite la memorización y se enfatice el entendimiento crítico de los conocimientos. En el caso de las habilidades, Goleman (2006) indica que existen dos tipos: las intelectuales y las emocionales.

Las habilidades intelectuales están asociadas a la inteligencia racional, mientras que las emocionales lo están a la inteligencia emocional.

En cuanto a las actitudes, Meneses (1998) señala que son una tendencia estable a pensar, a decidir y actuar de determinada manera. Son consecuencia del aprendizaje de un valor o de la toma de una decisión, se forman con la experiencia, por los valores que se sustentan, por las decisiones y acciones pasadas y por su relación con las personas.

El profesionista actual debe saber combinar estos tres elementos: los conocimientos, las habilidades y las actitudes, ya que si logran compaginarlos adecuadamente podrá ser una persona competente, tanto en lo individual como en la social. Es por ello que la universidad debe detonar las actitudes positivas, especialmente las orientadas hacia el trabajo, ya que es precisamente a través de él cuando el hombre alcanza la plenitud de sus potencialidades.

Sin embargo, a pesar de que las universidades tienen esta finalidad, la realidad es que se enfocan más a la formación teórico-práctica de cada profesión y en general se olvidan de brindar al explícitamente una formación axiológica y actitudinal. Si bien el profesionista es el que *más sabe*, no siempre es quien mejor aplica lo que sabe. Es conveniente tener presente que los mismos alumnos poseen una carga histórica, social, psicológica y coyuntural que les influye al momento de asimilar los elementos que les son inculcados.

Por otra parte, existen consecuencias económicas, sociales e individuales de la actitud negativa hacia el trabajo. En términos económicos destacan la baja productividad de las empresas a nivel nacional, reflejándose en su producción, en los reducidos niveles de inversión extranjera ocasionada por la falta de confianza en el mercado de trabajo doméstico, en las remuneraciones salariales bajas provocadas por la desconfianza en la mano de obra, lo que a su vez, ha causado la pérdida de competitividad nacional e internacional, elevados niveles de desperdicio de recursos (medio ambiente) y poca confianza en los productos de manufactura nacional.

En términos sociales, las actitudes negativas hacia el trabajo favorecen los altos niveles de desempleo y subempleo, la falta de ingresos adecuados a los trabajadores reflejada en el ausentismo y en la excesiva rotación laboral; así como la poca satisfacción en el trabajo generado, ya que el mexicano se emplea donde lo contraten, aunque desafortunadamente no tenga relación con su profesión; lo que lleva a una falta de compromiso hacia la organización en la que labora.

En términos individuales, el estado psicológico de los trabajadores tiende a generar insatisfacción permanente e infelicidad, presentando ciertos estados depresivos, así como disminución en la calidad de su trabajo e indiferencia hacia los programas de mejora continua y capacitación laboral.

Por lo tanto, la investigación se presenta en tres etapas. La primera consiste en determinar las actitudes hacia el trabajo que perciben los empresarios adscritos a la COPARMEX-Puebla del sector servicios en los jóvenes recién egresados de las universidades, posteriormente se efectuará un análisis del cambio de actitud hacia el trabajo que se puede generar en ellos mediante el uso de la Teoría del Cambio de Actitud de Yale, para finalmente establecer una comparación entre las actitudes detectadas por los empresarios y las manifestadas por los recién egresados después de asistir a un curso-taller específicamente diseñado con esta finalidad.

Los resultados permitirán a las universidades, a las empresas y a la propia sociedad buscar elementos que fortalezcan en sus empleados renovadas actitudes hacia el trabajo.

## **2. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el cambio de actitud hacia el trabajo en los jóvenes recién egresados de las universidades mediante un curso-taller diseñado con la finalidad de fortalecer la competitividad de sus respectivas empresas.

## **3. MARCO TEÓRICO**

### **3.1 Cambio de actitud**

Existen muchas definiciones de actitud que han surgido a lo largo de los años. Según Whittaker (1987), desde 1935 ya existían más de cien de ellas, algunas muy diferentes entre sí. Esta gran variedad se debe principalmente a las distintas disciplinas que se interesan por el concepto y su relación con los valores humanos. Allport (1935) citado en Zimbardo et al. (1982, p.19) especifica que el “concepto de actitud es probablemente el más diferenciado e indispensable en la psicología social contemporánea”.

Las diversas definiciones se han agrupado en tres bloques principales. En el primero, autores como Osgood et al. (1986), Dennett (1998), Soto (2001), Anzola (2003) y Trillo (2003) subrayan el aspecto emocional de la actitud. En esta misma línea, Newcomb y Koenig (1981) estiman que las actitudes representan orientaciones generales persistentes del individuo frente al medio y para Osgood et al. (1986) las actitudes son una idea cargada de contenido emocional que predispone al individuo a actuar de particular manera ante diferentes situaciones.

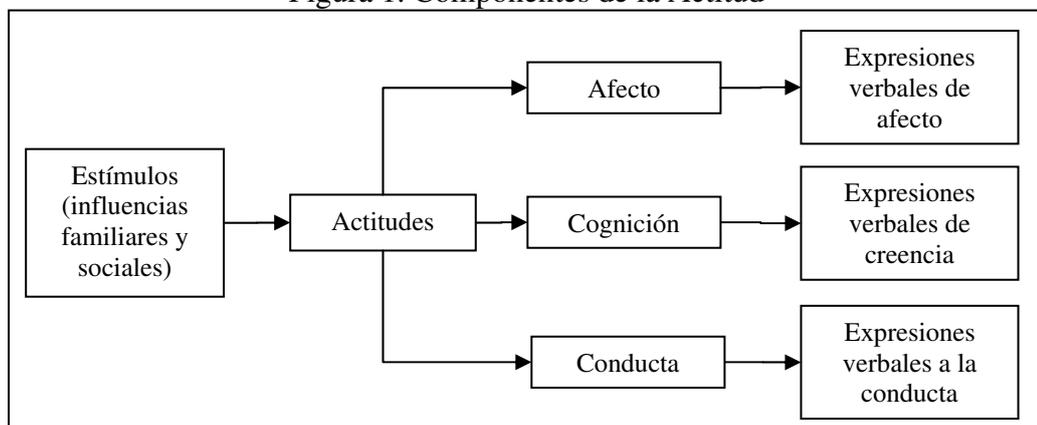
En el segundo se encuentran autores como Festinger (1989), Zimbardo et al. (1982), Morales (2006) quienes destacan el elemento cognitivo de las actitudes. Festinger (1989) entre otros, indica que las actitudes son una predisposición de los individuos para valorar de manera favorable o desfavorable a algún símbolo, objeto o aspecto de este mundo mientras que para Morales (2006) representan las estructuras mentales que organizan y evalúan la información.

El tercer grupo representado por Rodríguez (1998), Brock (2000), Eisenberg (2000) y Chance (2001), se interesa por la influencia de las actitudes hacia la conducta. Para Doob (1947) citado en Eisenberg (2000), las actitudes son una respuesta implícita capaz de producir tensión, considerada socialmente importante, mientras que para Brock (2000) es una predisposición organizada para pensar, sentir, percibir y comportarse de cierta forma ante un objeto.

De acuerdo a lo anterior, las actitudes se componen básicamente de tres elementos: el cognitivo, el emocional o afectivo y la tendencia a la acción o conductual (Eisenberg, 2000). Acerca del componente cognitivo, el mismo autor señala que es una creencia que se tiene del objeto, sin embargo, Zimbardo et al., (1982) opinan que este componente ha sido conceptualizado como las creencias de una persona o el conocimiento factual de un objeto o persona. El componente afectivo es considerado por Rodríguez (1976) citado en Eisenberg (2000) como el sentimiento a favor o en contra de un determinado objeto social, donde las actitudes se distinguen de las creencias u opiniones, ya que éstas sólo comprenden un nivel cognitivo de la conducta humana.

Con relación al componente conductual el mismo autor opina que las actitudes son la propia fuerza motivadora de la acción y en general, es el resultado de la interacción entre los elementos cognoscitivo y afectivo, mientras que para Zimbardo et al. (1982) este componente conductual involucra la conducta observable de la persona dirigida hacia un objeto o persona (Figura 1).

Figura 1. Componentes de la Actitud



Fuente: Rosenberg y Hoylan (1960) en Zimbardo et al., 1982, cap.1, p.20

Entre las teorías del cambio de actitud se destacan, el Enfoque de Yale, el Enfoque de la Dinámica de Grupos, la Teoría de la Disonancia Cognitiva y la Teoría de la Atribución.

La primera, creada por Hovland (1953), está orientada a considerar la actitud como un acercamiento implícito o como una respuesta de evitación -reacción favorable o desfavorable- hacia un objeto. Por lo tanto, la actitud es la reacción afectiva o emocional que la gente tiene hacia el objeto expresa su gusto o disgusto por una persona, objeto, grupo de gente o símbolo. Señala que existen cuatro clases de procesos que determinan la posibilidad de persuasión sobre una persona para cambiar sus actitudes hacia un objeto o situación dada. El primero es *la atención* que se centra en la comunicación bajo la premisa que si la gente no atiende, no importa lo bien organizada, persuasiva o lógica que sea la información. El segundo se refiere a la *comprensión* que tiene como fin que el mensaje sea captado adecuadamente. El tercero es la *aceptación*, que consiste en la aprobación de los argumentos y conclusión de la comunicación. Finalmente el proceso de *retención* consiste en conservar el mensaje en el tiempo (ibídem).

Con relación a las otras escuelas del cambio de actitud, el Enfoque de la Dinámica de Grupos que fue desarrollado por Lewin (1961) citado en Zimbardo et al. (1982) quien considera que el individuo es más que un procesador de información aislado y pasivo que computa su actitud final de las combinaciones lógicas de argumentos.

La Teoría de la Disonancia Cognitiva fue creada por Festinger (1962) y asegura que la gente no puede tolerar discrepancias entre sus actitudes y las de otras personas semejantes, creándose tensiones entre ellas que hay que reducir o eliminar.

La Teoría de la Atribución se debe a Heider (1958) quien intenta describir la manera en que la mayoría de las personas generan razones para explicar sus propias acciones y las de los otros. Es una teoría básicamente cognoscitiva que no incorpora aspectos emotivos. Indica que las personas observan las acciones de otras en una situación dada y proceden a buscar el significado o las razones que expliquen sus actos.

### **3.2 Trabajo**

La noción actual del trabajo, de acuerdo a Arend (1993), Frankl (1995), Meda (1995), Álvarez (2001), Marx (2002), Correas (2004), Fernández (2004), Dolan et al. (2005), Britos (2006) y Weber (2006) es el producto de una evolución histórica en la que se distinguen varias etapas (Tabla 1).

Tabla 1. Evolución histórica del trabajo

Perspectiva griega	En el mundo griego ya existía una noción muy importante de trabajo al ser de su interés todas las diferentes actividades laborales que se desarrollaban.
Perspectiva medieval	En la época medieval el trabajo en general no ganó mayor aprecio. Desde la perspectiva cristiana hay una inclinación a justificar el trabajo pero no a verlo como algo valioso (Arend, 1993).
Perspectiva luterana	Desde esta perspectiva, el trabajo consideraba que todas las profesiones merecían la misma consideración, independiente de su modalidad y sus efectos sociales. Lo más importante de una persona es cumplir con su deber y esto se ajusta a la voluntad de Dios y es también una manera de agradarlo (Weber, 2006).

Tabla: elaboración propia

Esta última perspectiva se utilizará para desarrollar el trabajo e implica cuatro conceptos esenciales: simplicidad, austeridad, dedicación al trabajo y cumplimiento del deber. De acuerdo con Weber (2006) estos principios no llevan al espíritu del capitalismo, sino a un sentido de responsabilidad e independencia. Esta concepción crea lo que hoy se conoce como motivación de logros y que se ha constituido como un elemento importante en el desempeño laboral actual.

Para ello, el trabajo se ha dividido en esfuerzo físico y mental, existiendo tantas definiciones como áreas de conocimiento (Nicolai, 1989; Arend, 1993; Meda, 1995; Buran y Sweezy, 1999; Bauman, 2000; Álvarez, 2001; Marx, 2002; Saldaña, 2002; Torrebadella, 2003; Yarce, 2003, Davis, 2007) distinguiéndose las áreas económica, social y psicológica, por lo que se presentarán los autores más representativos de cada una de ellas (Tabla 2).

Tabla 2. El concepto de trabajo en las diferentes áreas de conocimiento

ÁREAS DE CONOCIMIENTO	CONCEPTOS
<b>Económica</b>	Marx (2002) divide el trabajo en productivo e improductivo. El primero produce valores de uso y su existencia es necesaria mientras que el segundo, además de producir valor de uso, genera plusvalía. Este criterio fue utilizado por los fisiócratas al considerar que sólo la agricultura es productiva por ser la única actividad capaz de proporcionar excedentes económicos
	Yarce (2003) señala al trabajo como un quehacer o despliegue de energías para producir bienes y servicios, normalmente con valor económico, en cualquier campo de la actividad con miras al perfeccionamiento personal y al de la sociedad
<b>Social</b>	Nicolai (1989) considera que el trabajo humano se puede ordenar en un continuo donde en un extremo está el trabajo creador y libre del hombre de ciencia y de arte mientras que en el otro extremo se encuentra la actividad progresista en donde el hombre encuentra la satisfacción más sublime de su ser
	Meda (1995) opina que el trabajo es una característica antropológica propia de la naturaleza humana, una actividad encargada de realizar el conjunto de los sueños individuales y sociales
<b>Psicológica</b>	Frankl (1995) apunta que es el trabajo el que da al hombre satisfacción y posibilidades de realizarse no la profesión. Lo importante no es la profesión sino el modo como se ejerce. De cada individuo depende el valor de su trabajo, al ser algo personal y específico que le da un carácter único e insustituible a la existencia y con ello un sentido a la vida, un sentido de creación propio de una actividad plenamente humana

Fuente: elaboración propia

La Psicología propone que el trabajo debe ser visto desde múltiples dimensiones y no sólo de forma unilateral como lo enfoca la noción económica. Esta corriente considera que el trabajo debe ayudar al hombre en su desenvolvimiento en el orden intelectual y moral. Por ello, para esta investigación se contempla la perspectiva económica.

#### 4. MODELO DE ESTUDIO

Para medir las actitudes hacia el trabajo que presentan los jóvenes recién egresados de las universidades al insertarse al mercado laboral por primera vez, se utilizó la teoría de Weber (2006) que considera que el espíritu capitalista se caracteriza por cuatro elementos: *simplicidad*, *austeridad*, *dedicación al trabajo* y *cumplimiento del deber*. Estos forman las bases de las actitudes hacia el trabajo de las culturas del norte de Europa y el norte de América.

Dentro de *simplicidad*, el autor engloba la constancia, la confianza y la sinceridad; en la correspondiente a la *austeridad* se encuentran aspectos como la organización del trabajo, el servicio y la sobriedad; en *dedicación al trabajo* se encuentran la responsabilidad, la colaboración y la solidaridad y finalmente en el *cumplimiento del deber* se enmarcan la búsqueda del éxito y la aceptación de riesgos.

Después de analizar las percepciones de los empresarios sobre las actitudes hacia el trabajo de los recién egresados, se utilizó la Teoría del Cambio de actitud de Yale, para cambiar las actitudes, modificando las opiniones o creencias que las personas tienen. Se parte del supuesto de que *una nueva información es una comunicación persuasiva que cambiará la forma de pensar*. Para lograr el cambio se pasa por cuatro procesos (Tabla 3).

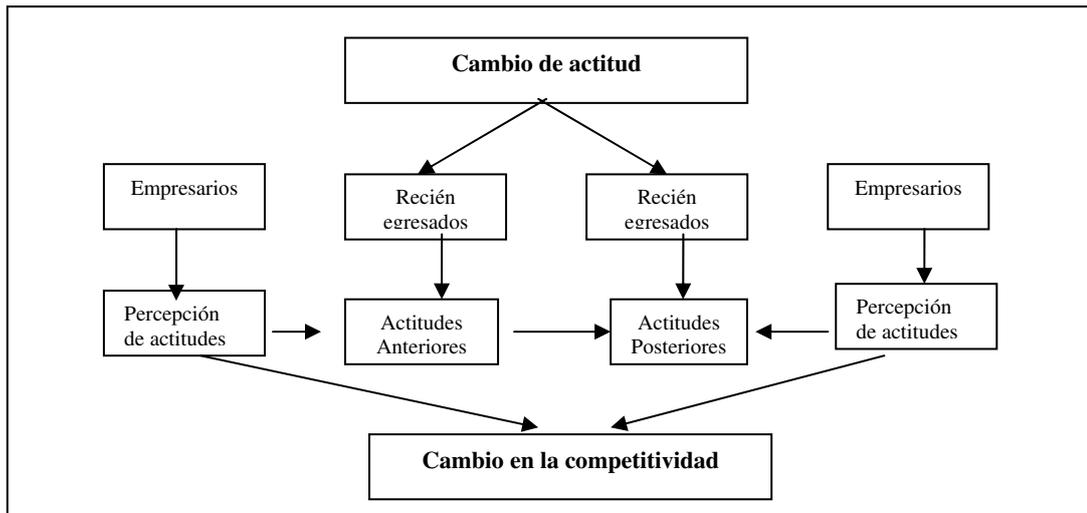
Tabla 3. Procesos para el cambio de actitud

PROCESO	CONCEPTO
<b>Atención</b>	Este elemento es fundamental, ya que no importa lo válida y atractiva que sea la nueva información que se presenta si las personas que escuchan no están dispuestas a poner atención.
<b>Comprensión</b>	Consiste en que el auditorio entienda de qué se le está hablando y lo importante que puede ser para su vida. En este punto se requiere un alto grado de empatía por parte del facilitador del proceso de cambio de actitudes, quien no debe dar por válido el hecho de que si algo es importante para él igualmente lo va a ser para los demás.
<b>Aceptación</b>	Esto no significa que el auditorio debe terminar aceptando totalmente lo que el facilitador le propone. Más bien significa que se acepta que el proceso de análisis, discusión y clarificación fue satisfactorio, por lo que a partir de aquí se puede reconstruir una visión propia, que puede ser diferente o no a la que se tenía antes de iniciar el proceso.
<b>Retención</b>	La persona debe recordar en cualquier momento qué la motiva a manifestar determinada actitud recientemente adquirida.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, después de medir el cambio de actitud, se analizaron las actitudes hacia el trabajo más fortalecidas buscando una coinciden con la nueva percepción de los empresarios poblanos respecto a ellos (Figura 2).

Figura 2. Percepción de los empresarios y el cambio de actitud



Fuente: elaboración propia

## 5. METODOLOGÍA

Se diseñó una investigación no experimental, cuantitativa, descriptiva y transversal con los empresarios en tres etapas con la finalidad es probar las hipótesis: los jóvenes recién egresados de las universidades reflejan actitudes negativas hacia el trabajo y éstas pueden cambiarse mediante un curso-taller.

### 5.1 Primera etapa

En ésta se analizaron las percepciones que los empresarios, adscritos a COPARMEX-Puebla cuyas empresas pertenecen al sector servicios, tienen de los jóvenes recién egresados en las universidades al formar parte de su planta laboral.

De acuerdo al Directorio de COPARMEX-Puebla (2006) que se constituye como fuente secundaria de investigación, se encontró que son 162 empresas las que conforman el sector servicios. Se calculó la muestra estratificada para cada uno de los servicios (Tabla 4) dando un total de 91 encuestas a aplicar.

Tabla 4  
Muestreo estratificado de los empresarios COPARMEX-Puebla

Sector Servicios	Total de Población	%	Población Muestra
Servicios Financieros	16	11	10
Servicios de Comercialización	25	17	15
Servicios Educativos	24	14	13
Servicios Turísticos	22	13	11
Servicios de Esparcimiento	15	11	10
Consultores	50	34	32
Total	162	100	91

Fuente: Elaboración propia

El muestreo fue no probabilístico, contándose también como fuente de datos secundaria con la lista de cursos que COPARMEX estaba impartiendo durante el período de recolección de datos, para aplicar el instrumento a los asistentes conforme iban llegando al curso seleccionado.

El instrumento de elaboración propia está constituido por las cuatro dimensiones mencionadas en el modelo: simplicidad, austeridad, cumplimiento del deber y dedicación al trabajo que agrupan 10 ítems medidos en una escala Likert de cinco puntos. Se tomaron como referencia dos escalas validadas: la *escala de actitud al trabajo* (Meharibian, 1968) que mide las tres primeras dimensiones y la *escala de motivación de logros* (Cohen et al., 1973; Brown et al., 1975) que mide la última de ellas. El instrumento es confiable y válido al obtenerse respectivamente un Alfa de Cronbach de 0.8756 y una matriz de correlación en la que todos los elementos son significativos y menores que el Alfa de Cronbach obtenida (Vila et al., 2000).

## **5.2 Segunda etapa**

En segunda etapa consistió principalmente en un curso-taller utilizando la teoría de Yale sobre el cambio de actitud, con objeto de medir las modificaciones de las actitudes hacia el trabajo en los jóvenes recién ingresados en el campo laboral y de esta manera detectar si este tipo de cursos fortalecen las actitudes hacia el trabajo. Se realizaron antes y después del curso-taller las respectivas mediciones de actitudes para poder comparar los resultados obtenidos.

Para recolectar los datos de la muestra se utilizó el instrumento de elaboración propia, constituido por 15 ítems los cuales corresponden a las cuatro dimensiones del Modelo de Weber (2006). Este instrumento también es confiable y válido al obtenerse respectivamente un Alfa de Cronbach de 0.775 y una matriz de correlación que muestra que todos los elementos son significativos y menores que el Alfa de Cronbach obtenida (Vila et al., 2000).

## **5.3 Tercera etapa**

Consistió en realizar un análisis comparativo para conocer, de acuerdo a lo mencionado por los empresarios, aquellas actitudes que el curso-taller había fortalecido y que fueran indicativas del cambio de actitud logrado.

# **6. RESULTADOS OBTENIDOS**

## **6.1 Primera etapa**

Se encontró que las actitudes examinadas son todas negativas (Tabla 5) siendo crítica la referente a la organización al trabajo con un 72.73%. En estado menos crítico pero preocupante son la búsqueda de éxito, la constancia en el trabajo y la sobriedad.

Tabla 5. Porcentaje de las actitudes percibidas por los empresarios

ACTITUDES	EMPRESARIOS	
	% de las actitudes negativas percibidas por los empresarios	% de actitudes positivas percibidas por los empresarios
Constancia	62.63	37.37
Confianza	52.80	47.20
Organización al trabajo	<b>72.73</b>	27.73
Sobriedad	61.40	38.60
Responsabilidad	54.00	46.00
Búsqueda de Éxito	64.40	35.80

Fuente: Elaboración propia

Se realizaron una serie de tabulaciones cruzadas para determinar los factores que influyen en la percepción de los empresarios. Para ello se emplearon las variables *edad* y *giro de la empresa* con las actitudes de *confianza* -que presentó el menor valor dentro de las actitudes negativas- así como la de *organización del trabajo* -al presentar el mayor valor-. Esto con el objeto de conocer si la edad del empresario influye en sus percepciones sobre los jóvenes egresados y si el giro de la empresa igualmente afecta su percepción debido al tipo de trabajo.

La primera tabulación que mide la actitud confianza y la edad, indica que los empresarios entre 20 y 30 años opinan en un 42.3% que no existe una actitud negativa hacia el trabajo por parte de los jóvenes, mientras que los empresarios entre 31 a 40 años señalan en un 43.2%, que manifiestan actitudes negativas recurrentes. Los empresarios que tienen una edad mayor a los 41 años indican en un 44.4% que sí observan actitudes negativas en los recién egresados (Tabla 6).

Tabla 6. La edad de los empresarios y la actitud de confianza hacia el trabajo

		EDAD				Total
		De 20 a 30 años (%)	De 31 a 40 años (%)	De 41 a 50 (%)	Más de 50 (%)	
CONFIANZA	Totalmente en desacuerdo	3.0	1.0	4.0		8.0
		37.5	12.5	50.0		100
		11.5	2.7	14.8		8.1
	En desacuerdo	11.0	9.0	8.0	2.0	30.0
		36.7	30.0	26.7	6.7	100
		<b>42.3</b>	24.3	29.6	22.2	30.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.0	11.0	2.0	1.0	16.0
		12.5	68.8	12.5	6.3	100
		7.7	29.7	7.4	11.1	16.2
	De acuerdo	8.0	16.0	12.0	4.0	40.0
		20.0	40.0	30.0	10.0	100
		<b>30.8</b>	<b>43.2</b>	<b>44.4</b>	<b>44.4</b>	40.4
	Totalmente de acuerdo	2.0		1.0	2.0	5.0
		40.0		20.0	40.0	100
		7.7		3.7	22.2	5.1
	<b>Total</b>		26.0	37	27.0	9.0
		26.3	37.4	27.3	9.1	100

Fuente: Elaboración propia

Por lo que respecta a la  $X^2$  su valor fue de 0.050 por lo que se acepta que sí hay relación entre las variables edad de los empresarios y la actitud de confianza hacia el trabajo que perciben en los jóvenes recién egresados de las universidades (Tabla 7).

Tabla 7. Prueba de  $X^2$

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21.009	12	.050
Likelihood Ratio	21.005	12	.050
Linear-by-Linear Association	1.909	1	.167
N of Valid Cases	99		

Fuente: Elaboración propia

La tabulación cruzada entre el giro de la empresa y la actitud hacia la organización del trabajo, indica que las empresas que se dedican a comercialización (42.9%) y a consultoría (43.0%), consideran que existen menos actitudes negativas hacia el trabajo en los jóvenes, pero las empresas que se dedican a los servicios financieros (42.9 %), servicios turísticos (40.0 %), manufacturas (60.0 %) y otras (33.3 %) están de acuerdo en que los jóvenes presentan actitudes negativas hacia la organización en el trabajo de forma considerable (Tabla 8).

Tabla 8. El giro de la empresa y la actitud de organización en el trabajo

		GIRO DE LA EMPRESA							TOTAL
		Serv. Financieros	Comercializadoras	Serv. Turísticos	Serv. esparcimiento	Consultores	Manufactura	Otros	
<b>ORGANIZACIÓN EN EL TRABAJO</b>	Totalmente en desacuerdo		3.0		1.0	3.0			7.0
			42.9		14.3	42.9			100
			12.0		16.7	8.3			7.1
	En desacuerdo	4.0	2.0	2.0	5.0	6.0	1.0		20.0
		20.0	10.0	10.0	25.0	30.0	5.0		100
		28.6	8.0	20.0	<b>83.3</b>	16.7	20.0		20.2
	Ni de acuerdo. Ni en desacuerdo	6.0	2.0	4.0		10.0	1.0	1.0	24.0
		25.0	8.3	16.7		41.7	4.2	4.2	100
		<b>42.9</b>	8.0	<b>40.0</b>		27.8	20.0	<b>33.3</b>	24.2
	De acuerdo	2.0	13.0	4.0		16.0	3.0	1.0	39.0
		5.1	<b>33.3</b>	10.3%		41.0	7.7	2.6	100
		14.3	<b>52.0</b>	<b>40.0</b>		<b>44.4</b>	<b>60.0</b>	<b>33.3</b>	39.4
	Totalmente de acuerdo	2.0	5.0			1.0		1.0	9.0
		22.2	55.6			11.1		11.1	100
		14.3	<b>20.0</b>			2.8		<b>33.3</b>	9.1
<b>Total</b>		14.0	25.0	10.0	6.0	36.0	5.0	3.0	99.0
		14.1	25.3	10.1	6.1	36.4	5.1	3.0	100

Fuente: Elaboración propia

Por lo que respecta a la  $X^2$  su valor fue de 0.013 por lo que se rechaza la existencia de una relación entre el giro de la empresa y las actitudes hacia el trabajo en los jóvenes (Tabla 9).

Tabla 9. Prueba de  $X^2$

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42.032	24	.013
Likelihood Ratio	45.381	24	.005
Linear-by-Linear Association	.183	1	.669
N of Valid Cases	99		

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados permiten aceptar la hipótesis planteada en la primera etapa: los jóvenes recién egresados de las universidades reflejan actitudes negativas hacia el trabajo.

## 6.2 Segunda Etapa

Los resultados obtenidos en el cambio de actitud muestran que sí hubo modificaciones importantes en varias de las actitudes presentadas por los estudiantes. Las actitudes que mostraron cambios positivos fueron: la constancia (57%), la búsqueda de éxito (28%), la responsabilidad en un (14%), la confianza en el trabajo de sus compañeros (12%), la sobriedad (9%). Las actitudes que no tuvieron cambios fueron la confianza en su trabajo y la organización de su propio trabajo (Tabla 10).

Tabla 10. Medias de las actitudes hacia el trabajo en el curso-taller

Actitud	Media Encuesta 1	Desviación Estandar	Media Encuesta 2	Desviación Estandar	Cambio de actitud
CONSTAN1	2,47	1,09	2,44	1,12	
CONSTAN2	2,97	1,12	2,59	1,22	
	<b>2,72</b>		<b>2,15</b>		<b>57 %</b>
CONFIA1	1,64	0,81	1,68	1,09	
CONFIA2	1,77	0,96	1,88	0,92	
	<b>1,77</b>		<b>1,77</b>		<b>0 %</b>
CONFIA3	3,82	0,96	3,94	1,07	
					<b>12 %</b>
ORG1	3,90	0,75	3,89	1,00	
ORG2	4,25	0,78	4,12	1,04	
	<b>4,00</b>		<b>4,00</b>		<b>0 %</b>
SOBRIE1	4,32	0,80	4,40	1,09	
SOBRIE2	3,42	1,00	3,33	1,08	
					<b>9 %</b>
RESPONS1	2,73	1,03	2,77	1,02	
RESPONS2	2,71	1,06	2,39	0,93	
	<b>2,72</b>		<b>2,58</b>		<b>14 %</b>
BUSQUED1	3,55	1,05	3,83	1,09	
BUSQUED2	1,70	0,97	1,58	1,09	
BUSQUED3	1,86	1,15	1,68	0,74	
	<b>1,78</b>		<b>1,63</b>		<b>28 %</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Los resultados del curso indican que se obtuvieron cambios en diferente porcentaje, sin embargo, en la percibida por los empresarios como la más crítica no hubo modificación alguna.

La teoría de Yale en este sentido, considera que lo sobresaliente en el cambio de actitud es que las personas conozcan, se sensibilicen y adquieran un compromiso con el problema presentado requiriéndose para ello de tiempo, para repetir constantemente la actitud a modificar o fortalecer. Encuentra en el curso-taller su mejor herramienta al permitir abordar los conocimientos, las habilidades y las actitudes necesarias para el cambio deseado.

### **6.3 Tercera etapa**

Los empresarios habían manifestado de acuerdo a su percepción que las tres actitudes críticas hacia el trabajo que mostraban los jóvenes recién ingresados a la planta laboral en sus respectivas empresas son: la falta organización al trabajo, la falta de búsqueda de éxito, la inconstancia y la falta de sobriedad.

Por otra parte, al comparar los resultados del curso-taller de cambio de actitud, fue notorio que aquella que tuvo una modificación positiva mayor fue la constancia (57%) seguida de la búsqueda de éxito (28%) lo que representa la mitad del cambio de variación respecto a la constancia y por último la sobriedad con tan solo un 9%, Sin embargo, la que no tuvo cambio fue la correspondiente a la organización en el trabajo, pero no presentó un cambio negativo.

Si este resultado se vuelve a comparar con lo manifestado por los empresarios, se concluye que tres de las cuatro actitudes se fortalecieron en porcentajes muy diversos, pero la falta de organización hacia el trabajo no presento ningún cambio.

Por consiguiente y respecto a las hipótesis de investigación planteadas:

Los jóvenes recién egresados de las universidades reflejan actitudes negativas hacia el trabajo, se acepta.

Las actitudes negativas pueden cambiarse mediante un curso-taller, se rechaza.

## **7. CONCLUSIONES**

Se concluye que los jóvenes recién egresados de las universidades son percibidos como inconstantes en su trabajo, no interesándoles las responsabilidades futuras sino los éxitos del pasado. Desconfían tanto de su trabajo como el de sus compañeros manifestando desorganización al igual que falta de responsabilidad y falta de sobriedad.

Igualmente se concluye que los empresarios cuyas edades oscilan entre 20 y 30 años constatan que existen menos actitudes negativas en el trabajo de los recién egresados, con relación a la diferente opinión de quienes tienen más de 30 años, que ven a los jóvenes con actitudes negativas recurrentes. En esta misma línea, es de notar que el giro de la empresa no afecta la percepción que se tiene sobre las actitudes de los recién egresados.

También se concluye que con el uso del un taller para modificar las actitudes negativas presentadas, es posible cambiar solamente algunas de ellas, especialmente las relacionadas con el trabajo, mas no aquellas que implican una disciplina de vida.

En este sentido la importancia del desarrollo de las actitudes positivas en el trabajo debe ser una tarea conjunta de la sociedad -familia, universidad y empresa- y a partir de ellas gestar una nueva cultura laboral en México, que hará a las empresas más competitivas en su campo de acción. En el caso de las universidades, el fortalecimiento de las actitudes positivas a través de cursos-taller específicos para tal función, no es una tarea estéril, sino por el contrario, implica cambios significativos en la conducta de los jóvenes y puede ser una medida reactiva a las influencias constantes de los medios de comunicación y la cultura sobre los jóvenes recién egresados de las universidades.

## REFERENCIAS

- Alvarez, J. (2001). *El Trabajo a través de la historia*. España: Universidad de Barcelona.
- Anzola, R.S. (2003). *La actitud emprendedora; espíritu que enfrenta los retos del futuro*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Arend, H. (1993), *La Condición humana*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. España: Editorial Gedisa.
- Britos, N. (2006). *Ámbito profesional y mundo del trabajo; políticas sociales y trabajo social en los noventas*. Argentina: Editorial Espacio.
- Brock, S.L. (2000). *Acción y conducta*. Barcelona: Editorial Herder.
- Buran, P. y Sweezy, P. (1999). *Monopoly capital: an essay on the american economic and social order*. New York: Monthly Review Press.
- Chance, P. (2001). *Aprendizaje y Conducta*. México: Manual Moderno
- Cohen, L., Reid, I. y Boothroy, K. (1973). Validation of the mehrabian need of achievement scale with college of education student. *British Journal of Education Psychology*. 43, 260-268.
- Correas, V. F. (2004). *Alcances sociológicos del derecho al trabajo en México*. México: BUAP. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades.
- COPARMEX-Puebla, (2006). *Directorio Regional de la Federación Centro-Sur*.
- Davis, K. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.
- Dennett, D. C. (1998). *La actitud intencional*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- Días Guerrero, R (2003). *Bajo las garras de la cultura; Psicología del mexicano 2*. México: Editorial Trillas.
- Dolan, S. L., García, S., Diez-Piñol, M. (2005). *Autoestima, estrés y trabajo*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Eisenberg, F. (2000). Las Actitudes. *Revista México del ITESM-Campus Estado de México*. 1(6), junio-julio.
- Fernández, S. A. (2004). *Clase, trabajo y ciudadanía: introducción a la existencia social*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance*. Illinois: Row, Paterson Press.
- Festinger, L. (1989). *Extending psychological fuenties*. New York: Russell Sage
- Frankl, V. (1995). *Psicoanálisis y existencialismo*, México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Giussani, L. (1991). *Educación es un Riesgo*. Madrid: Ediciones encuentro.
- Goleman, D. (2006). *La inteligencia social: la nueva ciencia para mejorar las relaciones humanas*. México: Editorial planeta.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Nueva York: Wiley.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003), *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGraw Hill.
- Hovland, H. (1953). *Communication and persuasión*. New Haven: Yale.
- Kras, E. S. (1990). *Cultura gerencia en México–Estados Unidos*. México: Grupo Editorial Iberoamericano.
- Labaké, J. (1986). *El Problema Actual de la Educación*. Argentina: Editorial Bonum.
- Marx, K. (2002). *El Capital. Resumen*. México: Editores Mexicanos Unidos.
- Meda, D. (1995). El Valor del trabajo visto en perspectiva. *Revista Internacional del Trabajo*. 115(6), 689-700.
- Medina, V.J. (2004). *La ANUIES y la educación superior en México 1955-2005*. México. ANUIES.
- Mehrabian, A. (1968). *Male and female scales of the tendency to achieve*. USA: Educational and psychological Measurement Press.
- Meneses, E. (1998). *Tendencias educativas oficiales en México*. México: Editorial CEE. Universidad Iberoamericana.
- Morales, V. P. (2006). *Medición de actitudes en psicología y administración*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Newcomb T., Koenig, J. (1981). *Persistence and change: Bennington College and its students after 25 years*. Nueva York: Dryden Press.
- Nicolai, G.F. (1989). *Fundamentos reales de la sociología*. Buenos Aires: Editorial José María Cajica.
- Ossgood, C., Suci, G. y Tennenbaum, P. (1986). *Medición de actitudes*. México: Editorial Trillas.
- Rodríguez, A. (1998). *Promoviendo un cambio de actitud hacia el desarrollo sostenible*. México: Banco Interamericano de Desarrollo. Diciembre.
- Rodríguez Estrada, M. y Ramírez. P. (1996). *Psicología del mexicano en el trabajo*. México: Mc-Graw-Hill.
- Rugarcía, T. A. (1999). *La Universidad del Futuro, Informe Rectoral 1991-1998*. Puebla: UIA-GC. Agosto 1999.
- Rugarcía, T. A. (2000). *La Formación de Líderes en las Universidades*. Puebla: UIA-GC, 1(8) Julio-Septiembre.
- Saldaña, R.M. (2004). *Como aprovechar la globalización: ideas para ser competitivo en la sociedad, el trabajo y la familia*. México: Editorial Vila.
- Soto, E. (2001). *Comportamiento organizacional; impacto de las emociones*. México: Thomson Learning.
- Torreadella, P. (2003). *Cómo desarrollar la inteligencia emocional en el trabajo*. Barcelona: Editorial Oceano.
- Trillo, F. (2003). *La educación en actitudes y valores: dilemas de la enseñanza y evaluación*. Argentina: Homosapiens.

- Vila, N., Küster, I., y Aldás, J. (2003). Desarrollo y validación de escalas de medida en marketing. *Quadern de treball*, 104. (Nova època). Facultat d'Economía, Universitat de Valencia.
- Weber, M. (2006). *Conceptos sociológicos fundamentales*. Madrid: Editorial Alianza.
- Whittaker, J.(1987). *Psicología*. México: Editorial Mc-Graw-Hill.
- Yarce, J. (2003). *Qué significa hacer bien el trabajo*. México: Instituto Latinoamericano de Liderazgo.
- Zimbardo, P., Ebbe, B. y Maslach, C. (1982). *Influencia sobre las actitudes y modificación de conducta; introducción al método, la teoría y las aplicaciones del control social y el poder personal*. Colombia: Fondo Educativo Interamericano.