

10 DE MARZO DE 2022.

UNIVERSIDAD DEL SURESTE.
SAIDE SELENE VELAZQUEZ GALLARDO.
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.
PROYECCION PROFESIONAL.
VICTOR MANUEL GONZALEZ SALAS.
CUESTIONARIO.

1. ¿Qué es la motivación? La motivación es la presión interna surgida de una necesidad, también interna, que excita (vía electroquímica) las estructuras nerviosas, origina un estado de energía que impulsa al organismo a la actividad, e inicia, guía y mantiene la conducta hasta alcanzar una meta.

2. Explique el significado de necesidad, impulso y recompensa. La necesidad: son variables que surgen del interior de cada individuo y depende de elementos culturales.

Impulso: son los medios que sirven para aliviar las necesidades.

Incentivos: algo que puede aliviar una necesidad o reducir un impulso.

3. Comente cómo funciona el proceso de motivación.

- Las necesidades y las personas provocan tensión e incomodidad en la persona.

- La persona ha escogido un curso de acción para satisfacer determinada necesidad o coherencia.

- Si la persona satisface la necesidad, el proceso de motivación habrá tenido éxito.

4. ¿Cuáles son las principales teorías del contenido de la motivación? ¿Qué tienen en común? Teoría de la pirámide de necesidades, Teoría ERC, Teoría de los dos factores, Teoría de las necesidades adquiridas. Que todas ellas hablan sobre las necesidades.

5. Explique la teoría de la pirámide de las necesidades. Es la división de las necesidades humanas en 5 niveles (fisiológicas, seguridad, sociales, estima y autorrealización).

6. ¿Cuáles son las necesidades de orden inferior y las de orden superior? ¿Cómo funcionan? Necesidades fisiológicas y las de seguridad son las necesidades que hay que cumplir.

7. Explique la teoría ERG. Explica que las necesidades establecidas por la pirámide de la necesidad, y el establecido que la pirámide se puede relacionar y esas 5 necesidades las adapto a 3.

8. Explique la teoría de los dos factores. Herzberg resumió las teorías en 2 factores los cuales son higienicos (necesidades fisiológicas, seguridad sociales) motivacionales (estima y autorrealización).

9. Explique la teoría de las necesidades aprendidas. Las propuso McClellon e hizo 3 necesidades realización, poder y afiliación.

10. Compare las teorías del contenido de la motivación. Todas las teorías se establecen por necesidades estableciendo metas o motivaciones.

11. ¿Cuáles son las principales teorías del proceso de motivación? Aunque existen muchas **teorías de motivación** laboral de alto impacto, tres de las **principales** son: **Teoría** de las necesidades (McClelland), **Teoría** de los dos factores de **motivación** (Herzberg), **Teoría X e Y** (McGregor)

12. Explique la teoría de la definición de los objetivos. La **teoría** del establecimiento de metas u **objetivos** supone que las intenciones de trabajar para conseguir un determinado **objetivo** es la primera fuerza motivadora del esfuerzo laboral y determina el esfuerzo desarrollado para la realización de tareas.

13. ¿Qué son la autoeficacia y la realimentación autogenerada?

Autoeficacia: La **autoeficacia** se refiere a las creencias que cada individuo tiene acerca de sus propias capacidades para ejecutar una tarea, mientras que la motivación para aprender se considera un constructor de notoria importancia debido a que estimula al individuo a realizar sus tareas.

Realimentación autogenerada: se debe diferenciar que no todas ellas son iguales de eficientes, la que proporciona una mayor ayuda puede ser la **autogenerada**, que es en la que el mismo trabajador es capaz de monitorear su propio progreso.

14. Explique la teoría de la equidad. La teoría de la equidad muestra que las personas comparan sus aportaciones y recompensas con las de otros para evaluar si existe equidad inequidad en aquello que aportan a la organización y en lo que reciben de ella.

15. Explique la teoría de las expectativas. La teoría de las expectativas argumenta que el comportamiento depende de tres factores: la relación entre esfuerzo y desempeño, entre desempeño y recompensa y entre recompensa y objetivos personales

16. Explique el significado de expectativa, instrumentalidad y valencia y cómo aumentarlas.

Expectativa: No se trata de una simple ilusión, sino de un hecho probable con fundamento. La **expectativa** también puede entender **como** la aspiración a cumplir un determinado propósito u objetivo. Por **ejemplo**, una persona puede tener la **expectativa** de conseguir un ascenso en su trabajo.

Instrumentalidad: son propiedades sociales de las cosas, atribuidas por los hombres en el proceso de trabajo al convertirlas en medios/instrumentos para la satisfacción de necesidades y el alcance de sus objetivos/finalidades.

Valencia: es el valor o significado.

17. Explique la teoría del refuerzo y las cuatro estrategias para modificar el comportamiento. La teoría del refuerzo se centra en cómo se comporta un individuo teniendo en cuenta los estímulos que recibe. Las recompensas o la ausencia de estas pueden ser aspectos determinantes a tener en cuenta a la hora de potenciar o disminuir una conducta.

- Es importante conocer de antemano el tipo de gratificación o recompensa que valora una persona. Cada individuo tiene diferentes gustos y utilizar reforzadores positivos o negativos significa conocer qué es lo que más atrae a un individuo para que esta técnica sea eficaz.
- La teoría del refuerzo se basa en utilizar reforzadores positivos o negativos con el objetivo de potenciar una conducta.
- El comportamiento humano y el animal pueden verse modificados por el uso de reforzadores. Es algo que constató Skinner en sus investigaciones. Por lo tanto, estos estímulos positivos o no van a tener una gran influencia en el comportamiento de un ser vivo.
- Esta teoría tiene muy en cuenta el entorno, el medio ambiente y los estímulos que se dan alrededor del individuo.

18. Explique el modelo integral de la motivación

Esta **motivación** implícita incluye relación (apegos), colaboración, conformismo y empatía. Las marcas que demuestran empatía por circunstancias ajenas y que permiten que las personas se unan en torno a una causa generan mucha más conversión que aquellas que no lo hacen.