

PSICOLOGÍA INDUSTRIAL

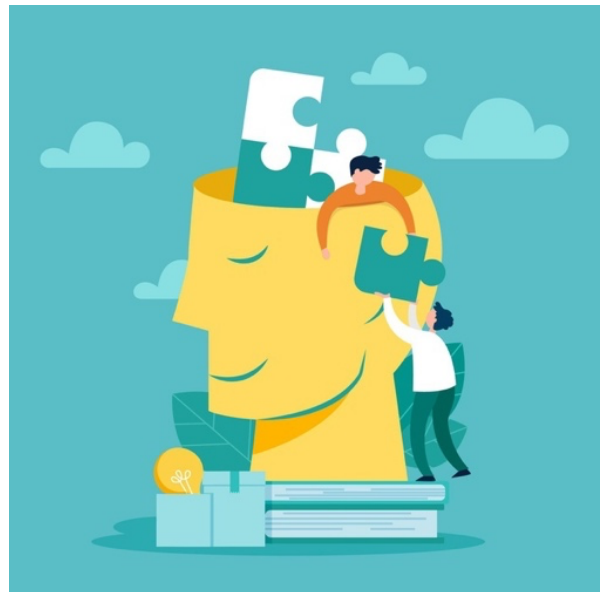
Para definir a la psicología industrial, recurriremos a Blum y Naylor (1992), quienes dicen que es la disciplina que se basa en los datos, las generalizaciones y los principios básicos de la psicología, ya que hace uso de sus técnicas y las aplica en el campo industrial y en los problemas propios de la industria; se encarga de formular y modificar procedimientos para satisfacer las condiciones de las empresas.

En otras palabras, la psicología industrial es la aplicación de los principios y datos psicológicos a los problemas relativos a los seres humanos que operan en el contexto de los negocios y la industria.

Realmente el campo de la psicología no solo le limita a las situaciones o problemas en el ámbito laboral, sino que va más allá, porque trasciende a los demás ámbitos de la vida de las personas. La psicología industrial repercute en los procesos de producción, las relaciones entre los trabajadores, en la publicidad de la marca, hasta en la presentación de la empresa.

Y aunque cueste trabajo creerlo, la psicología industrial está presente en los anuncios publicitarios, los mensajes en la radio, con la prensa, en donde somos bombardeados por mensajes que nos incitan a comprar y probar algún nuevo producto.

Con lo anterior podemos decir, que la psicología industrial consiste en la aplicación de los métodos,



acontecimientos y principios de la ciencia de la conducta humana en el trabajo. Y como es una ciencia, se basa en lo observable, por lo cual es empírica y objetiva.

Referencias:

Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f.). Psicología del trabajo. Recuperado a partir de:
http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/psico_trabajo.pdf