



Estimación de la satisfacción laboral mediante variables multinomiales referidas a aspectos de la comunicación interna

Antonio Jesús Herencia-Leva¹
e-mail: herencia@ugr.es.

¹ Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento.
Facultad de Psicología. Universidad de Granada.

RESUMEN

Son múltiples los estudios en los que se analiza la relación entre la Satisfacción Laboral (SL) y el Clima Organizacional (CO). Sin embargo, para medir estos constructos de forma precisa se necesita administrar un gran número de ítems. Para solucionar este problema se parte de la visión de Weiner (1985), en la que el CO y la SL hacen referencia a los mismos componentes de la organización, pero se estiman de forma diferente: la CO implica un juicio objetivo y la SL una valoración subjetiva de dichos componentes.

En este trabajo se analiza la viabilidad de estimar la SL a partir de la construcción de índices que estimen el grado de discrepancia entre los juicios realizados por los profesionales acerca de qué componentes están presentes en la organización y cuales les gustaría que estuvieran presentes. Estos juicios se recogen en variables multinomiales de elección múltiple y se presenta como analizar este tipo de formato de respuesta que en ocasiones resulta problemático.

Palabras clave: Satisfacción Laboral, Comunicación Interna; Construcción de índices; Análisis de variables multinomiales.

ABSTRACT

Several studies analysed the relation between Job Satisfaction (JS) and Organisational Climate (OC). Nevertheless, to measure in a precise way these constructs, it is necessary to use a great number of items. To solve this problem, it has taken the Weiner (1985) vision, in which OC and JS refer to the same organisational components, but they are estimated of different form: OC implies an objective judgement and JS a subjective valuation of these components.

In this work, it has analysed the viability of estimating JS by means of indexes. These indexes estimate the degree of discrepancy between judgements brings over what components are present in an organisation and which ones professionals would like that they were present. These judgements are codified using multinomial variables with the possibility of multiple election. It is presented how to analyse this type of response format that in occasions can be problematic.

Keywords: Job satisfaction, Internal communication; Social Indexes Construction; Multinomial Variables Analysis.

Agradecimientos: Estudio realizado bajo el apoyo económico de la Escuela Andaluza de Salud Pública (Spain).



1.- Introducción

Son numerosos los artículos que han abordado el estudio de la relación entre la Satisfacción Laboral (SL) y el Clima Organizacional (CO; Estryn-Béhar, 1996; Petterson, Arnetz & Arnetz, 1995; para una revisión consultar Winert, 1985). Se trata de constructos, que se estiman haciendo uso de ítems muy similares. En uno de los cuestionarios más conocidos de CO, el cuestionario de Moos (Avallone & Gibbon, 1998; Arce, Martínez & Sánchez, 1994; Hershberger, Lichtenstein & Knox, 1994; De las Cuevas et al, 1993; Villar & Torio, 1990), se incluyen las escalas de Relaciones (compuesta por las subescalas de Apoyo recibido por los supervisores, Cohesión entre compañeros y Participación), Desarrollo Personal (Autonomía, Presión del trabajo e Implicación en el trabajo) y Dinámica Organizacional (Claridad, Control, Innovación y confort físico). Entre los cuestionario más utilizados en muestra española para estimar la SL se encuentra el Font-Roja (Van-Der Hofstadt, Baena, Sánchez & Mira, 1995; Cruz, Vázquez, Aguirre & Fernández, 1994; Mira, Vitaller, Buil, Aranaz & Rodríguez-Marín, 1994), en el cual se incluyen las escalas de Comunicación con los superiores, Satisfacción con el puesto de trabajo, Tensión relacionada con el trabajo, Contenido del trabajo, Exceso de trabajo, Competencia profesional, Autonomía profesional, Relaciones con compañeros y Promoción profesional.

El CO se suele definir como la percepción objetiva que tienen los miembros de una organización de las prácticas, acontecimientos, procesos y tipos de conductas esperados y reforzados dentro de ella (González, Tomas & Ferreres, 1995; Butcher, 1994). La SL se suele definir como un estado placentero (Peiró et al, 1989) o una respuesta afectiva (Gillies, 1994) que depende: de las relaciones sociales que mantienen los empleados dentro de la organización, de sus características personales, de sus valores y de las expectativas que tienen acerca del trabajo (Mueller & McCloskey, 1990). Según la Teoría de Valores de Locke (1976), el estado de satisfacción está íntimamente vinculado con la percepción de que el trabajo cumple o hace posible la consecución de los valores laborales importantes para el sujeto y dichos valores deben ser congruentes con sus necesidades.

Winert (1985) considera que el CO hace referencia a las características estructurales y procesuales de una organización, siendo el objetivo de los cuestionarios construidos para su estimación, el de recoger la percepción *objetiva* que tienen los sujetos acerca del grado en que dichos aspectos están presentes o ausentes en una organización. La SL es considerada por el autor, como una respuesta afectiva hacia el trabajo, que se puede estimar a partir de la *valoración* que realiza el sujeto acerca de dichos aspectos estructurales y procesuales.

Debido a que desde este enfoque (el que concluye Winert, 1985 en su revisión), tanto el CO como la SL hacen referencia a los mismos aspectos de la organización, pero enfocados de distinta forma (percepción objetiva frente a valoración subjetiva, respectivamente), se aconseja la medición de ambos constructos de forma conjunta. Este enfoque se ha aplicado en estudios en los que se trata de evaluar el alcance que la implantación de un determinado programa, teniendo en cuenta las características de la organización y del propio programa, así como la percepción y valoración que realizan los profesionales de ambos (Tharenou, 1997; Shortell et al, 1995; Butcher, 1994).

Sin embargo, son reducidos los estudios, en los cuales se utilizan dos cuestionarios que recogen los componentes, diferenciados desde el punto de vista teórico y empírico, en



estos constructos. Ello se debe, en gran parte, a que se trata de cuestionarios que contemplan un número importante de ítems, por lo que los encuestados se pueden agotar, desconcentrar o reducir su nivel de implicación y esfuerzo, al percibir que el contenido de ambos cuestionarios es similar.

Una posible solución a este problema consiste en abordar sólo determinados componentes de estos constructos, utilizar índices diferentes para estimarlos o ambas cosas a la vez.

Dentro de los componentes del Clima Organizacional referidos a los procesos, ha recibido gran atención el concepto de Comunicación Interna (CI). La CI se define como la transmisión de información y de entendimiento, mediante símbolos verbales y no verbales (Gibson, Ivancevich & Donnelly, 1994). En su estudio se suele hacer referencia a cuatro tipos de comunicación: descendente (referente a políticas e instrucciones de los directivos), ascendente (para realizar sugerencias o reclamaciones por parte de los empleados), horizontal (necesaria para la coordinación de funciones) y transversal (utilizada cuando fallan las otras tres vías; Gibson, Ivancevich & Donnelly, 1994). La comunicación horizontal se ha relacionado con la satisfacción de las necesidades socio-emocionales de los profesionales (Hall, 1983). La comunicación descendente se ha vinculado con la valoración que realiza el sujeto acerca de su autonomía dentro de la organización (Lloret, González y Peiró, 1995), siendo estos dos factores los predictores más adecuados de la ambigüedad de rol, según algunos autores (Peiró et al, 1992).

Recurriendo a la Teoría de Valores de Locke (1976) sería viable, desde el punto de vista teórico, estimar el grado de SL de los profesionales, a partir de datos obtenidos a partir de las estimaciones realizadas acerca de la Comunicación Interna. Partiendo de que la SL se puede estimar como una discrepancia entre la percepción que tiene el profesional de los aspectos procesuales de una organización y su valoración acerca de cuales son los más adecuados para cubrir sus necesidades de información, resulta razonable asumir que a partir de un índice que recoja la discrepancia entre dicha percepción y valoración, se puede obtener un índice de SL.

En este estudio se presenta dos índices que reúnen estas características. Se pretende analizar, por un lado, el grado en que tales índices son adecuados para estimar los niveles de SL que presentan los profesionales, y por otro lado, cual es su relación con otras variables como la percepción global que tienen los profesionales acerca de la imagen corporativa de la organización o de la calidad de las vías de comunicación que se utilizan en la misma. Dado el carácter exploratorio del estudio, no se puede anticipar que aspectos diferenciados en la Comunicación interna (comunicación descendente, comunicación ascendente o temática de dicha información) se van a relacionar con la SL, la imagen corporativa o la percepción de la calidad de la información.



2.- Método

2.1.- Muestra y diseño

La muestra estaba compuesta por 315 sujetos que tenían su lugar de trabajo en centros de salud de atención primaria de Andalucía. La descripción de la muestra, en función de su categoría profesional, se puede encontrar en la tabla 1. El diseño fue transversal, utilizándose encuestadores contratados para administrar a los profesionales los cuestionarios. Las entrevistas se realizaban en el centro de trabajo del sujeto. Todos ellos habían sido informados por sus superiores, en los días previos, de que iba a tener lugar la encuesta.

Categoría profesional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje respuesta
Médico	102	32,381	33,663
Enfermera	98	31,111	32,343
Administrativo	59	18,730	19,472
Personal Subalterno	18	5,714	5,941
Técnico en dirección	11	3,492	3,630
Auxiliar de Enfermería	10	3,175	3,300
Trabajador social	5	1,587	1,650
Total	303	96,190	100,000
NS/NC	12	3,810	
	315	100,000	

Tabla 1. Descripción de la muestra en función de la categoría profesional de los sujetos.

2.2.- Materiales

El cuestionario utilizado en la encuesta estaba compuesto tres secciones. En la primera sección se incluían siete ítems de formato de respuesta tipo Likert con seis categorías de respuesta. Un ítem hacía referencia al grado de SL general o global que presentaba el sujeto ($M=4,17$, $DT=0,39$, $N=304$). Los seis ítems restantes hacían referencia a seis características de la calidad información. En cada ítem se incluía en un extremo de las categorías de respuesta una palabra opuesta a la presente en el otro extremo. Estas dicotomías hacían referencia a si la información era Escasa o Abundante ($M=3,55$, $DT=1,25$, $N=285$), confusa o clara, ocasional o periódica ($M=3,89$, $DT=1,34$, $N=290$), no creíble o creíble ($M=4,32$, $DT=1,20$, $N=275$), tardía o a tiempo ($M=3,47$, $DT=1,31$, $N=277$) e informal o formal ($M=4,04$, $DT=1,34$, $N=276$). A estos seis ítems se les aplicó un análisis factorial exploratorio de componentes principales, con rotación varimax, tomando la matriz de correlaciones. Los índices de adecuación muestral fueron 0,785, 0,877, 0,799, 0,870, 0,891 y 0,902, para cada ítem, en el orden presentado previamente. Las comunalidades fueron de 0,622, 0,634, 0,648, 0,559, 0,578 y 0,539, respectivamente. La correlación ítem-total fue superior a 0,60 para cada ítem. Se obtuvo un único componente con un autovalor igual a 3,581 que explicaba el 59,690% de la varianza. La correlación entre el promedio de las puntuaciones y las puntuaciones obtenidas mediante regresión fue de 0,991. La prueba de no aditividad de Tukey no fue significativa ($F_{1, 1295} = 0,371$, $p = 0,485$), desechándose la presencia de interacciones entre las medidas repetidas a lo largo de los sujetos. Este mismo análisis se aplicó a dos submuestras elegidas aleatoriamente y se compararon las matrices de estructura obtenidas,



encontrándose soluciones prácticamente idénticas. Como resultado de estos análisis se consideró adecuado sumar las puntuaciones y para la realización de análisis posteriores se formaron tres grupos de sujetos en función de sus puntuaciones: aquellos que percibían una alta, media o baja calidad de la información, respectivamente. En este último caso se hizo uso de cinco submuestras elegidas aleatoriamente para localizar los centros de los conglomerados (técnica de k-medias).

La segunda sección estaba compuesta por ocho ítems de formato de respuesta tipo Likert con cinco categorías de respuesta. Estos ítems pretendían recoger la percepción que el profesional tenía acerca de la imagen corporativa del centro. Cada ítem representaba un posible punto fuerte o débil y debían indicar el grado en que el aspecto que expresaban era el característico del centro. Estos aspectos eran los recursos humanos ($M=2,88$, $DT=1,03$), cohesión interna ($M=2,56$, $DT=1,02$), formación ($M=2,85$, $DT=,96$), calidad de la relación con el enfermo ($M=3,78$, $DT=0,75$), aspectos tangibles ($M=2,94$, $DT=1,11$), innovación ($M=2,69$, $DT=0,90$), preparación técnica del personal ($M=3,27$, $DT=0,95$) y la comunicación ($M=2,65$, $DT=1,04$). A estos ítems respondieron todos los sujetos, salvo uno de ellos ($N=314$). Para tres de los ítems (Recursos Humanos, Innovación y Aspectos tangibles), la correlación ítem total y la correlación entre ellos mismos fue siempre inferior a 0,2. La prueba de no-aditividad de Tukey fue positiva ($F_{1, 2191} = 16,058$, $p.=0,000$). Debido a la imposibilidad de agrupar las variables, se procedió a agrupar a los sujetos, haciendo uso de la técnica de análisis de conglomerados (k-medias), dividiendo la muestra en cinco submuestras aleatorias para obtener los centros de los conglomerados.

La tercera sección estaba compuesta por seis ítems de formato de respuesta múltiple. Los sujetos debían señalar, en primer lugar, aquellas alternativas que mejor reflejaban la situación actual del centro y, posteriormente, en el ítem siguiente, aquellas alternativas que mejor describían la situación considerada por ellos como ideal. Estos ítems se pueden consultar en el Apéndice. Los índices construidos para recoger la discrepancia entre dichos pares de ítems se puede recoger en la siguiente subsección.

2.3.- Índices construidos para analizar las respuestas multinomiales

Se construyeron dos tipos de índices, uno que permite analizar las respuestas dadas por los sujetos a cada una de las preguntas y otro que permite comparar las respuestas entre diferentes preguntas con formato de respuesta multinomial.

Para caracterizar el problema, supongamos que tenemos n sujetos $i \in I = \{1, \dots, n\}$, que responden cada uno de ellos a un ítem R_i compuesto por c categorías dicotómicas de respuesta c_k , $k \in K = \{1, \dots, c\}$, modo que para cada sujeto tendremos que $x_{ik} \in \{0, 1\}$, es decir, el sujeto i podrá señalar esa alternativa o bien no hacerlo; en caso de que la señale se codifica como un uno y en cualquier otro caso como un cero.

La solución que buscamos consiste en encontrar una transformación x'_{ik} de x_{ik} modo que $\sum \{x'_{ik}: i \in I, k \in K\} = n$. Dicha transformación es igual a:



$$x'_{ik} = \frac{x_{ik}}{\sum_{k \in K} x_{ik}}, \text{ de modo que } x'_{ik} \in \left\{ \frac{0}{\sum_{k \in K} x_{ik}}, \frac{1}{\sum_{k \in K} x_{ik}} \right\}$$

y por tanto, $\sum \{x'_{ik}: i \in I\} \in \{0, 1\}$, dependiendo ello de que el sujeto haya señalado al menos una alternativa o bien, de que ninguna haya señalado. De ello se sigue directamente el resultado buscado.

Con esta normalización, hay que tener especial cuidado, ya que su uso lleva emparejado la aceptación de los siguientes supuestos:

1°. Todos los sujetos que responden al ítem tienen la misma fuerza de preferencia, la cual se define como el grado en que las alternativas recogidas en el ítem son consideradas adecuadas.

2°. El sujeto distribuye, de forma ecuánime, su fuerza de preferencia entre todas las alternativas que señala.

La primera asunción se realiza para poder tratar las respuestas de los sujetos como comparables. La segunda se realiza para normalizar las frecuencias absolutas con que cada alternativa es elegida, de modo que puedan ser comparadas entre sí. Equivale a asumir que el sujeto que señala más alternativas, les da menor importancia a cada una de ellas.

Se pasa ahora a construir el segundo índice, el cual va a permitir comparar las respuestas dadas por el sujeto a dos ítems. Estos ítems contienen el mismo número de alternativas, ya que hacer referencia al mismo contenido, pero formulado en unos casos en términos de cuál es la situación actual de la organización en referencia a ese aspecto, y cómo le gustaría que fuera. Se parte ahora de que se tienen dos matrices $X = \langle x'_{ik} \rangle_{i \in I, k \in K}$ e $Y = \langle y'_{ik} \rangle_{i \in I, k' \in K}$. El problema ahora es saber el grado de coincidencia que existe a lo largo de la muestra entre las alternativas señaladas en los dos ítems. Para ello calculamos el producto cartesiano XY como

$$x'_{ik} y'_{ik'} = \sum_i x'_{ik} \times y'_{ik'} \text{ para todo } k, k' \in K$$

de modo que obtenemos para cada alternativa c_k el grado de coincidencia entre ella y el resto de alternativas de K . Si calculamos nuevamente el $\sum \{x'_{ik} y'_{ik'}: k, k' \in K\}$ obtendremos que es igual a n' : el número de sujetos que señalaron al menos una alternativa en ambos ítems. Claramente $\sum \{x'_{ik} y'_{ik'}: k, k' \in K\} = 1$, por lo que en una misma tabla se puede resumir toda la información.

Para estimar, para cada sujeto de la muestra, el grado de coincidencia entre las alternativa señaladas a dos ítems, se utilizaron dos índices estrechamente relacionados S_{xyi} y S_{yxi} . Se calculan como una razón entre dos cantidades. El numerador es común a ambos y está compuesto por el producto $\sum \{x'_{ik} y'_{ik'}: k=k' \in K\}$ para cada sujeto i . Esta cantidad se divide por x'_{ik} para calcular S_{xyi} y por y'_{ik} para calcular S_{yxi} . Es decir,



$$S_{xyi} = \frac{\sum_{k=k'} x'_{ik} \times y'_{ik'}}{x'_{ik}} \qquad S_{ymi} = \frac{\sum_{k=k'} x'_{ik} \times y'_{ik'}}{y'_{ik}}$$

por lo que

$$x'_{ik} S_{xyi} = y'_{ik} S_{ymi}$$

Los índices S_{xyi} y S_{ymi} permiten diferenciar cuando la cantidad de información que recibe el sujeto es superior o inferior a la que desea, además del grado de concordancia entre las características de la información que recibe o da y las características que él considera ideales.

2.4. Análisis

Todas las variables e índices utilizados en el estudio se categorizaron. Se formaron tres grupos de sujetos tomando como base sus niveles de SL, dos grupos en función de la percepción que tenían los sujetos de la imagen corporativa del centro, tres grupos en función de la percepción que tenían de la calidad de la información y tres grupos en función de las puntuaciones que obtenidas por los sujetos en los índices de concordancia. En todos los cruces entre variables realizados se aplicó una χ^2 , sin concretar un nivel de significación concreto a priori, por lo que se reporta el valor exacto.

Se utilizaron tablas de contingencia para analizar las siguientes relaciones: **(1)** la relación entre la SL, la imagen corporativa del centro y la calidad percibida de la información; **(2)** la relación entre la SL y la imagen corporativa del centro con los dos índices de concordancia o dispersión de respuesta construidos.

Las relaciones analizadas en el punto **(1)** hacen referencia a juicios de carácter general, por lo que se conjetura que puede existir una relación positiva entre ellos: los profesionales que tengan mayores niveles de SL también percibirán la información con mayor calidad y tendrán una imagen del centro más positiva, que el resto de los sujetos de la muestra. En referencia al punto **(2)** no conocemos de estudios previos en los que se hayan analizado los aspectos de la comunicación interna que se consideran en este estudio, con el resto de variables con las que se cruza.

3.- Resultados y discusión

- *Relación entre SL, calidad percibida de la información e imagen corporativa.*

En la Tabla 2 se presenta las tablas de contingencia obtenidas al cruzar las tres variables. En dicha tabla, las notas se leen como sigue: por ejemplo ^{1b} indica el cruce entre la variable de la fila que lleva la nota ¹ y la variable de la columna que lleva la nota ^b. Se puede



observar que en los tres casos los resultados son significativos. Los sujetos del grupo 1 en la variable imagen del centro (imagen corporativa) puntúan más bajo que los del grupo 2 en dicha variable. Se puede observar que la presencia de los sujetos que tienen una imagen más positiva de su centro es mayor conforme mayor es la cantidad de satisfacción laboral y calidad de la información percibida que refleja la categoría. Los sujetos que tienen una imagen del centro menos positiva están más presentes, de forma relativa, entre aquellos que tienen una SL baja y una percepción menos positiva de la calidad de la información. Respecto a la relación entre la SL y la calidad de la información, se puede observar que dicha relación es positiva.

Dispersión de respuesta		Satisfacción Laboral ^a			Total	Imagen del centro ^b		
		Baja	Media	Alta		Grupo 1	Grupo 2	Total
Satisfacción Laboral ¹	Baja					40	15	56
	Media					60	76	136
	Alta					30	83	113
						130	174	304
Calidad percibida de la información ²	Alta	11	33	54	98	21	81	102
	Media	14	67	31	112	63	62	115
	Baja	19	15	9	43	32	11	43
	Total	44	115	94	253	106	154	260

¹ $\chi^2(2)=32,145, p.=0,000;$
² $\chi^2(4)=44,820, p.=0,000;$ ³ $\chi^2(2)=32,712, p.=0,000$

Tabla 2. Tabla de contingencia para las variables SL, calidad de la información e imagen corporativa.

- *Relación entre SL, calidad percibida y los dos índices de concordancia.*

Los resultados se presentan en tres tablas, una para cada aspecto de la información abordado en este estudio. En la Tabla 3 se recogen los cruces para los dos índices construidos para el par de ítems que recogen la percepción que tiene el profesional acerca de las vías por las que da información (S_{xyi}) y aquellas por las que le gustaría dar información (S_{xyi}). Se puede observar que es en este último índice donde se encuentra una asociación que es estadísticamente significativa: la presencia de los sujetos con alta dispersión de respuesta es equivalente entre los sujetos que tienen una imagen más positiva del centro y los que la tienen menos positiva; sin embargo, los sujetos que tienen una dispersión de respuesta baja o intermedia, están más presentes entre los que tienen una mejor imagen del centro.



Dispersión de respuesta	Satisfacción Laboral ^a				Imagen del centro ^b			
	Baja	Media	Alta	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	
Vías por las que da información ¹	Baja	27	77	58	162	59	111	170
	Media	2	15	11	28	12	16	28
	Alta	18	28	36	82	40	44	84
Vías por las que le gustaría dar información ²	Baja	10	38	34	82	25	62	87
	Media	6	26	20	52	17	37	54
	Alta	31	56	51	138	69	72	141
Total	47	120	105	272	111	171	282	

$1a\chi^2(4) = 6,508, p.=0,164; 1b\chi^2(2) = 4,087, p.=0,130;$
 $2a\chi^2(4) = 5,527, p.=0,237; 2b\chi^2(2) = 10,936, p.=0,004$

Tabla 3. Tabla de contingencia para las variables SL y calidad de la información, cruzadas con los dos índices de dispersión construidos para las alternativas que indican las vías por las que el sujeto da información.

En la Tabla 4. se puede observar los cruces para el par de índices referidos a las vías por las que recibe el sujeto información. Sólo para la imagen que tienen el profesional se encuentra una asociación significativa con los dos índices considerados. En ambos casos, los sujetos con baja dispersión de respuesta están más presentes entre los que tienen una percepción más positiva del centro.

Dispersión de respuesta	Satisfacción Laboral ^a				Imagen del centro ^b			
	Baja	Media	Alta	Total	Grupo 1	Grupo 2	Total	
Vías por las que recibe información ¹	Baja	28	84	71	183	72	117	189
	Media	7	18	12	37	12	26	38
	Alta	19	30	30	79	45	37	82
Vías por las que le gustaría recibir información ²	Baja	21	65	58	144	53	97	150
	Media	13	28	20	61	23	39	62
	Alta	20	39	35	94	53	44	97
Total	54	132	113	299	129	180	309	

$1a\chi^2(4) = 3,667, p.=0,453; 1b\chi^2(2) = 8,466, p.=0,015;$
 $2a\chi^2(4) = 2,732, p.=0,604; 2b\chi^2(2) = 9,718, p.=0,008$

Tabla 4. Tabla de contingencia para las variables SL y calidad de la información, cruzadas con los dos índices de dispersión construidos para las alternativas que indican las vías por las que el sujeto recibe información.

Finalmente en la Tabla 5. se pueden observar los cruces para el par de índices que hacen referencia a los temas de los que recibe información el profesional. En este caso, se obtiene una asociación significativa entre la dispersión de respuesta referida a los temas acerca de los cuales le gustaría al profesional recibir información y las variables de SL e imagen del centro. La relación entre estas variables sigue la misma tendencia que en los casos anteriores.



Dispersión de respuesta		Satisfacción Laboral ^a			Total	Imagen del centro ^b		Total
		Baja	Media	Alta		Grupo 1	Grupo 2	
Temas sobre los que recibe información ¹	Baja	29	88	66	183	71	117	188
	Media	2	6	7	15	8	8	16
	Alta	17	38	37	92	42	54	96
Temas sobre los que le gustaría recibir información ²	Baja	5	25	29	59	11	52	63
	Media	12	49	24	85	33	54	87
	Alta	31	58	57	146	77	73	150
Total		48	132	110	290	121	179	300

¹ $\chi^2(4) = 1,676$, $p.=0,795$; ¹ $\chi^2(2) = 1,602$, $p.=0,449$;
² $\chi^2(4) = 12,627$, $p.=0,013$; ² $\chi^2(2) = 21,446$, $p.=0,000$

Tabla 5. Tabla de contingencia para las variables SL y calidad de la información, cruzadas con los dos índices de dispersión contruidos para las alternativas que indican los temas sobre los que el sujeto recibe información.

En resumen, a pesar de que se obtiene una asociación entre los constructos de SL, imagen corporativa y calidad de la información, posteriormente, haciendo uso de los índices de dispersión de respuesta, se obtiene que la SL sólo se asocia con la dispersión de respuesta presente en los temas acerca de los cuales le gustaría recibir información el sujeto. Para el resto de aspectos de la comunicación (de quién la recibe y a través de que medios se comunica con los directivos), no se encuentra asociación con la SL. En todos los casos y para el componente desiderativo, se obtiene asociación entre los índices de dispersión de respuesta y la imagen que los sujetos tienen del centro. Sólo para las vías por las que recibe información el sujeto se obtiene asociación con el componente objetivo.

4.- Conclusión

No se han encontrado resultados que permitan concluir que el índice de dispersión de respuesta se pueda relacionar con los niveles de SL, para todos los aspectos considerados al analizar la comunicación interna. La discrepancia entre los temas acerca de los cuales al profesional le gustaría recibir información es el único aspecto que se relaciona con los niveles de SL de los profesionales. Podría haber sido un objetivo de este estudio analizar diferentes tipologías de profesionales en función del tipo de fuentes de comunicación que utiliza para informarse e informar a sus superiores. Sin embargo, no parece clara la relación que existiría entre tales perfiles y los niveles de SL que presentan los sujetos que pertenecen a los mismos. A su vez, las exigencias metodológicas que supondría la construcción de tales índices, rebasarían los márgenes impuestos a la extensión de este artículo. Resultaría interesante, poder diferenciar ambos aspectos: el carácter latente o no inferido de los índices de dispersión y el carácter descriptivo de las tipologías de tipos de profesionales. A pesar de que la comunicación interna se ha estimado recurriendo a diferentes ítems, la SL se ha medido haciendo uso de un único ítem, por lo que resultaría también interesante analizar la relación entre los índices de dispersión y los diferentes componentes diferenciados en la SL.



5.- Referencias

- Arce, M.A., Martínez, C. & Sánchez, M. (1994). El clima laboral en los trabajadores de atención primaria. *Gaceta Sanitaria*, 8(41), 79-84.
- Avallone, I. & Gibbson, B. (1998). Nurses' perceptions of their work environment in a Nursing Development Unit. *Journal of Advanced Nursing*, 27, 1193-201
- Butcher, A.H. (1994). Supervisors Matter More than You Think: Components of a Mission Centered Organization Climate. *Hospital and Health Services Administration*, 39(4), 505-20.
- Cruz, E., Vázquez, J., Aguirre, V. & Fernández, M.I. (1994). Evaluación de la satisfacción del personal de enfermería. *Atención Primaria*, 13(9), 469-73.
- De las Cuevas, C. et al (1993). Desgaste Profesional y Clima Laboral en Atención Primaria. *Factores Humanos*, 8/9, 36-49.
- Estryn-Béhar, M. (1996). Ergonomía y salud en el trabajo. *Rol*, 220, 61-65.
- Gibson J.L., Ivancevich J.M. y Donnelly J.H. (1994). *Las organizaciones: Comportamiento, estructura y procesos*. Séptima edición. Madrid: Addison-Wesley Iberonamericana.
- Gillies, D.A. (1994). *Gestión de enfermería*. Barcelona: Masson-Salvat.
- González, V., Tomas, I. & Ferreres, A. (1995). Análisis de las propiedades psicométricas del cuestionario de Clima Organizacional FOCUS-93 en una muestra multiprofesional. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 11(30), 5-18.
- Hall RH. (1983). *Organizaciones: estructura y proceso*. Madrid: Editorial Dossat.
- Hershberger, S.L., Lichtenstein, P. & Knox, S.S. (1994). Genetic and Environmental Influences on Perceptions of Organizational Climate. *Journal of Applied Psychology*, 79(1), 24-33.
- Lloret S., González V. y Peiró J.M. (1995). El estrés de rol en enfermeras. Un modelo causal. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 48(3):393-405.
- Locke, E.A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In Dunnette, M.D. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally.
- Mira, J.J., Vitaller, J., Buil, J.A., Aranaz, J. & Rodríguez-Marín, J. (1994). Satisfacción y estrés laboral en médicos generalistas del Sistema Público de Salud. *Atención Primaria*, 14, 67-74.



- Mueller, C.W. & McCloskey, J.C. (1990). Nurse' job satisfaccion: A proposed measure. *Nurse Research*, 39(2), 113-117.
- Peiró, J.M., González, V., Zurriaga, R, López, J.R. & Bravo, M.J. (1989). El Cuestionario de Satisfacción Laboral de Profesionales de la Salud de Equipos de Atención Primaria (CSLPS-EAP). *Revista de Psicología de la Salud*, 1(2), 135-74.
- Peiró J.M., González V., Zurriaga R., Gonzalez P., Ramos J., Valcarcel P. et al (1992). Aspectos temporales de las tareas desempeñadas por los profesionales de Equipos de Atención Primaria. Influencia sobre las experiencias resultantes del trabajo. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 8(21):29-38.
- Petterson, L.L., Arnetz, B.B. & Arnetz, J.E. (1995). Predictors of Job Satisfaction and Job Influence - Results from a National Sample of Swedish Nurses. *Psychother Psychosom*, 64, 9-19.
- Shortell, S.M., O'Brien, J.L., Carman, J.M., Foster, R.W., Hughes, F.X., Boerstler, H. & O'Connor, E.J. (1995) Assesing the Impact of Continuous Quality Improvement/Total Quality Management: Concept versus Implementation. *Health Services Research*, 30(2), 377-401.
- Tharenou, P. (1997). Organisational, Job and Personal Predictors of Employee Participation in Training and Development. *Applied Psychology: An International Review*, 46(2), 111-34.
- Van-Der Hofstadt, C.J., Baena, C. Sánchez, A. & Mira, J.J. (1995). Organización del trabajo de enfermería en Atención Primaria y satisfacción y estrés laboral: Enfermería Comunitaria versus Enfermería por programas. *Centro de Salud, Noviembre*, 757-60.
- Villar, R. & Torio, J. (1990) Validación de una escala de actitudes y aplicación de la misma para medir el clima organizacional en el hospital general de especialidades del SAS. *Todo Hospital*, 67, 31-6.
- Winert, A.B. (1985). *Manual de Psicología de la Organización: la conducta humana en las organizaciones* (pp. 172-187, 271-329). Barcelona: Editorial Herder.



Apéndice

En la siguiente tabla se presenta el listado de ítems utilizados para estimar la percepción y valoración que tienen los sujetos de la comunicación interna de su centro.

1a. A través de qué canales recibe información sobre la Dirección 1b. A través de qué canales le gustaría recibir la información sobre la Dirección	<ul style="list-style-type: none">- Reuniones de equipo- En entrevistas individuales con mi coordinador- A través de boletines o revistas de comunicación interna- A través de los tableros de anuncios- A través del correo electrónico- Por cartas personalizadas- A través de notas internas del coordinador
2a. De qué temas recibe información en la Dirección 2b. De qué temas le gustaría recibir información en la Dirección	<ul style="list-style-type: none">- Sobre formación- Sobre objetivos del Área- Sobre planes futuros- Sobre lo que se hace en otras unidades del Área- Sobre lo que se hace en otros centros del Área- Sobre temas de mi profesión- Sobre avances científicos- Farmacia
3a. A través de qué canales da su opinión sobre la Dirección 3b. A través de qué canales le gustaría dar su opinión sobre la Dirección	<ul style="list-style-type: none">- A través de buzón de sugerencias- Mediante una encuesta periódica- A través de grupos de discusión- En las reuniones de equipo- A través de entrevista con mi responsable- A través de correo electrónico- A través de reuniones con la Dirección- Por teléfono a la Dirección- Por cartas a la Dirección

Nota: Debajo de cada ítem (encabezado por "x.y", donde "x" es un número e "y" es una letra) aparecen las categorías de respuesta que los sujetos podían señalar.

Tabla 0. Listado de alternativas presentadas a los sujetos en los ítems del cuestionario de comunicación interna.