

145474

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
✓ CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
PLANTEL IZTAPALAPA

ACTITUDES: ESTUDIO ACTITUDINAL DE LOS TRABAJADORES DE SERVICIOS
DEL SECTOR SALUD ANTE SU TRABAJO

TESINA QUE PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN
PSICOLOGIA SOCIAL PRESENTAN:

Peña González Socorro Esther
Y
Pérez Rodríguez María Elena

Trimestre 93-I

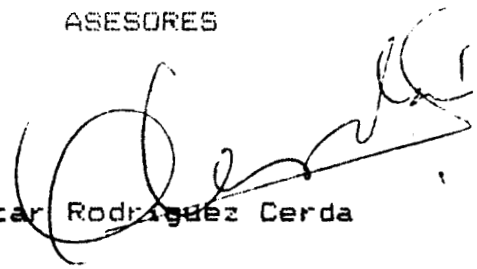
México, D.F., abril de 1993

B. V. DE LICENCIATURA PSICOLOGIA

U. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

ASESORES

Oscar Rodríguez Cerda



Juan Antonio Barrera Méndez



145474

LECTOR



Uriah M. Buevara López

México, D.F., 19 de mayo de 1993.

Profr. Oscar Rodríguez Cerda,
Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Iztapalapa,
Presente.

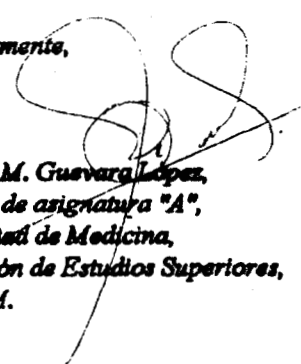
Estimado Profr. Rodríguez:

Por este conducto comunico a usted que leí la tesis de Peña González Socorro Esther y Pérez Rodríguez María Elena, titulada *Actitudes: Estudio actitudinal de los trabajadores de servicios del sector salud ante su trabajo*.

Considero que esta tesis explora un área interesante, ya que actualmente es indispensable evaluar la calidad y la eficiencia de los trabajadores de la salud, ya sean institucionales o no. Me llamó la atención la forma de evaluar las actitudes de los trabajadores mediante el cuestionario tipo likert, el cual limita las respuestas de los sujetos. Sugeriría que esta interesante línea de investigación se explorara, además, con preguntas de libre respuesta, lo que permitiría obtener un panorama más amplio sobre los sentimientos de los trabajadores.

Considero que la tesis en cuestión podría ser el inicio de una excelente línea de investigación educativa y social.

Atentamente,



Uriah M. Guevara López,
Profr. de asignatura "A",
Facultad de Medicina,
División de Estudios Superiores,
UNAM.

A mis padres

Socorro Esther Peña González

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL.....	i
INDICE DE TABLAS.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	vi
INTRODUCCION.....	1
MARCO TEORICO.....	3
1. EL TRABAJO.....	4
2. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL.....	10
2.1 Ambiente o clima organizacional.....	12
2.2 Motivación.....	15
2.3 Satisfacción en el trabajo.....	21
3. CALIDAD TOTAL.....	23
3.1 Calidad en el servicio.....	26
3.2 Antecedentes nacionales.....	28
4. SEGURIDAD SOCIAL.....	31
4.1 Antecedentes nacionales.....	33
4.2 Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).....	34
5. ACTITUDES.....	38
5.1 Formación de actitudes.....	40
5.2 Cambio de actitudes.....	41
5.3 Actitudes y trabajo.....	43
5.4 Actitudes y calidad total.....	43

METODOLOGIA.....	45
Planteamiento del problema.....	46
Objetivo general.....	46
Objetivos particulares.....	46
Hipótesis.....	46
Variables.....	47
Definiciones conceptuales (piloteo).....	47
Definiciones operacionales (piloteo).....	48
Instrumento.....	49
Método.....	49
Definiciones conceptuales (cuestionario final).....	50
Definición operacional (cuestionario final).....	51
Muestreo.....	52
Procedimiento.....	53
Confiabilidad.....	53
Validez de construcción.....	54
Validez externa.....	54
Diseño de la investigación.....	54
RESULTADOS.....	55
Resultados del piloteo.....	56
Resultados del cuestionario final.....	60
ANALISIS DE RESULTADOS.....	63
CONCLUSIONES.....	66
LIMITACIONES.....	70
BIBLIOGRAFIA.....	71
HEMEROGRAFIA.....	73

APENDICE.....74

Anexo 1.....75

Anexo 2.....76

Anexo 3.....80

INDICE DE TABLAS

1. Análisis factorial.....	56
2. Carga factorial y signo de las afirmaciones.....	58
3. Discriminación final de afirmaciones (procedimiento pruebas "T").....	59
4. Actitud motivacional hacia el trabajo.....	61
5. Histograma. Porcentajes de los subfactores motivacionales.....	62

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros maestros, en especial al profesor Juan Antonio Barrera Méndez, sin cuya valiosa asesoría no habría sido posible terminar esta investigación en el tiempo establecido.

RESUMEN

Esta investigación se realizó con el objetivo principal de averiguar la actitud de un grupo de trabajadores de servicios del sector salud hacia su trabajo. Para ello se identificaron los principales factores que influyen en dicha actitud, así como los elementos del ambiente laboral que intervienen en el desempeño del trabajo.

El clima organizacional, la motivación, la satisfacción y la calidad total son elementos que influyen en la actitud del trabajador hacia su trabajo; y de éstos, de acuerdo al diseño de investigación utilizado, el factor motivacional resultó ser el que influye en mayor medida sobre dicha actitud. Además, se pudo identificar que éste está compuesto por los subfactores: social, personal y laboral.

Obtuvimos una escala de actitudes tipo Lickert, conformada por 21 ítems que comprenden a dichos subfactores. El instrumento fue aplicado los días 13, 14 y 15 de abril de 1993 a 60 de los 220 trabajadores que asistieron a cursos en el Centro Nacional de Capacitación del IMSS.

Los resultados estadísticos obtenidos nos permitieron observar que los trabajadores de servicios del sector salud comprendidos en la muestra, tienen una actitud favorable hacia su trabajo y que son, en orden de importancia, los subfactores motivacionales: social, personal y laboral los que influyen en dicha actitud.

I N T R O D U C C I O N

Es cierto que lo que hace diferentes a las compañías son sus empleados, como también lo es el hecho de que nuestro país debe prepararse para lograr la competitividad a nivel internacional, pues de lo contrario nuestra situación socioeconómica no sólo no podrá mejorar, sino que tenderá a ser cada vez peor.

Un elemento esencial para salir adelante es el recurso humano. Pensando precisamente en éste es como surgió la idea de llevar a cabo una investigación que nos ayudara a entenderlo mejor.

Ante el trabajo, como ante cualquier objeto, los individuos tienen una determinada actitud y según sea ésta, será su desempeño y, por lo tanto, su eficiencia. El conocimiento de las actitudes hacia el trabajo nos proporciona elementos importantes para mejorar, con el fin de lograr una mayor competitividad y una mayor satisfacción de los propios trabajadores.

Esta investigación fue llevada a cabo con el fin de conocer la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo. Para tal propósito se tomaron como unidad de análisis a algunos trabajadores del sector salud del IMSS (delegaciones III y IV principalmente). La idea original surgió de la inquietud de conocer qué tan consciente es el trabajador de la importancia de atender eficazmente al usuario.

El lector encontrará un marco teórico donde se abarcan cinco

temas: 1. El trabajo, 2. El comportamiento organizacional, 3. La calidad total, 4. La seguridad social y 5. Las actitudes.

En el capítulo sobre el trabajo se habla del papel que éste desempeña en la vida del hombre como fuente de satisfacción tanto material como personal; también se habla brevemente sobre los trabajadores.

Dentro del comportamiento organizacional se destacan el clima organizacional, la motivación y la satisfacción. Elementos estos relacionados entre sí y que influyen de manera determinante en el desempeño laboral.

Dentro del capítulo sobre calidad total se habla sobre los elementos necesarios para lograrla (entre los que se encuentra la calidad en el servicio), sobre los antecedentes nacionales y sobre la importancia que tiene ésta para lograr la excelencia.

En el capítulo referente a la seguridad social se encuentran los antecedentes de ésta y la creación del IMSS, así como sus objetivos principales.

En el último capítulo se habla sobre las actitudes, su relación con las creencias y con las intenciones conductuales, así como sobre su formación y su cambio. Al final de éste se hace mención a la relación existente entre las actitudes y el desempeño en el trabajo y a su relación con la calidad total.

MARCO TEORICO

I. EL TRABAJO

Con base en el objeto de investigación, es necesario empezar por comprender el concepto de trabajo, pues esto nos dará bases para conocer la actitud de los trabajadores ante su trabajo, así como para identificar los factores que intervienen en dicha actitud.

Debido a la relevancia del trabajo en la historia de toda sociedad, existen múltiples definiciones de éste; sin embargo, por su importancia, retomaremos únicamente la de Carlos Marx y la de Ezequiel Ander-Egg.

Marx (1867) define al trabajo como la condición básica y fundamental de toda la vida humana; resalta que los animales lo único que pueden hacer es utilizar a la naturaleza y modificarla con el simple hecho de su presencia; a diferencia del animal, el hombre modifica a la naturaleza y la obliga así a servirlo; siendo ésta, en última instancia, la diferencia esencial que existe entre el hombre y el resto de los animales, diferencia que viene a ser efecto del trabajo.

El trabajo es, en primer lugar, un proceso entre el hombre y la naturaleza; un proceso en el que el hombre media, regula y controla su metabolismo con la naturaleza. [...] Pone en movimiento las fuerzas naturales que pertenecen a su corporeidad, brazos y piernas, cabeza y manos, a fin de apoderarse de los materiales de la naturaleza bajo una forma útil par su propia vida [...]. Concebimos el trabajo bajo una forma en la cual pertenece exclusivamente al hombre.¹

¹Marx. *El Capital* (1867), Ed. Siglo XXI, pp. 215-216.

Para Ezequiel Ander-Egg (1974), trabajo es el esfuerzo físico o intelectual aplicado a la producción u obtención de riqueza. Es, además, la actividad mediante la cual el hombre proyecta a su alrededor un medio humano sobrepasando lo circunstancial de la vida. Por lo tanto, sostiene que el trabajo es la expresión de la esencia misma del hombre.

En el marco de esta investigación entenderemos al trabajo como el proceso de transformación de un objeto mediante una actividad humana determinada, utilizando instrumentos de trabajo, también determinados, para desarrollar eficientemente dicha transformación. Los elementos que intervienen en este proceso son:

- a) el objeto sobre el cual se trabaja,
- b) los medios o técnicas con las que se trabaja y
- c) la actividad humana utilizada.

Podemos decir, también, que el trabajo es la fuente de satisfacción de múltiples necesidades, ya sean personales, laborales, familiares, sociales o económicas. Además, el trabajo resulta una oportunidad para alcanzar la superación de los individuos, permitiendo con esto el desarrollo de su creatividad y de sus potencialidades, para dirigir las hacia el bienestar y el servicio social.

Al hablar del trabajo como parte importante de la vida del hombre, cabe hacer una breve mención sobre los trabajadores y sus condiciones laborales a lo largo de la historia.

Por miles de años, la manera en que se producían los

alimentos, el vestido y la vivienda permaneció un tanto inalterada e inmóvil. En 1800 el 90% de los habitantes de Europa y Estados Unidos vivían en granjas; la mayor parte de los hombres eran su propio jefe y se trabajaba conjuntamente en familia; por lo tanto, la familia era la unidad esencial de la economía. Si se dejaba de trabajar quien pagaba las consecuencias era la propia familia; ésta era la motivación de aquellos tiempos.

En las ciudades la relación que existía entre el trabajador asalariado (obrero) y el patrón era parecida a la de padre e hijo; la persona de mayor edad enseñaba al joven un oficio para que, posteriormente, estableciera éste su propio negocio. El trabajo resultaba satisfactorio, pues el obrero se enorgullecía de su oficio, el cual le brindaba seguridad en su porvenir.

Es a finales del siglo XIX cuando en Europa y norteamérica, principalmente, se dan grandes cambios debido a inventos como la máquina de vapor, la locomotora, el telegrafo, el automóvil, la aviación, la radio, etc. La forma de vida cambió inesperadamente en todos los aspectos, pero según Strauss y Sayles (1976) "... en ninguna otra esfera [hubo] un cambio tan grande como en la forma en que el hombre se ganaba la vida y en el significado que le atribuye al trabajo".²

La revolución industrial vino a transformar no sólo a la técnica, sino también a las relaciones humanas, volviéndolas cada vez más complejas puesto que las tareas o funciones de unos

²Strauss y Sayles. Personal. Los problemas humanos de la dirección, Herrero Hnos., p.4.

trabajadores dependían ahora de las tareas y funciones de otros. La supervisión ya no era realizada por el propio dueño, ya que las organizaciones industriales crecieron de tal forma que impedían una supervisión directa. Este crecimiento industrial dio por resultado la división y la jerarquización de los trabajadores.

Los elementos distintivos de la revolución industrial son: la especialización, el capital, el crecimiento de las organizaciones y los cambios constantes. A continuación damos una breve explicación de éstos.

La especialización se dio con la división del trabajo, la cual surgió de la necesidad de lograr una mayor producción y mejorar las ganancias. El proceso de elaboración de un producto ya no dependía de un solo trabajador, ya que el proceso total se dividió en etapas y cada trabajador debía realizar sólo una de éstas para la elaboración de los productos. Con el tiempo y la práctica, cada empleado se fue especializando en su labor, surgiendo así el trabajo en serie.

Las ventajas para la producción trajeron consigo inconvenientes para el factor humano como son el hastío, la pérdida o disminución de la satisfacción personal y del orgullo por la obra realizada a través de su trabajo. Además, el trabajador se sentía inmerso en un proceso laboral que le impedía guiarse por iniciativa propia, sin poder desarrollar sus potencialidades y en donde su opinión no era consultada. Por lo anterior, la especialización separó al grupo de los trabajadores

del grupo directivo o ejecutivo.

Por lo que se refiere al capital, antes de la revolución industrial cualquier hombre necesitaba de muy poco para ser un trabajador independiente y convertirse en su propio jefe. A partir de las transformaciones industriales, la persona que quisiera ser dueño de su propio negocio requería de maquinaria complicada que, a su vez, requería de dinero, por lo que el trabajador moderno tiene mucho menor número de oportunidades para tener su propio negocio.

La revolución industrial hizo que las organizaciones de los negocios fueran cada vez más grandes, trayendo como consecuencia un distanciamiento entre jefes y trabajadores provocando así el proceso de burocratización en donde el establecimiento de reglas y políticas impide el desarrollo del individuo.

En la sociedad antigua los cambios que se daban eran pocos y distantes unos de otros; la conducta era regida por las tradiciones; no era necesario indicar a los individuos lo que se tenía que hacer, ya que cada uno de ellos sabía lo que haría, siguiendo los patrones culturales establecidos. Ahora, la industria está sujeta a cambios constantes que requieren de una organización, una planeación, una comunicación, instrucciones y acciones precisas y excelentes, para evitar que surjan problemas que entorpezcan el desempeño laboral del trabajador.

En la actualidad el trabajo, además de ser fuente de satisfacción personal, es el elemento que proporciona al trabajador los medios materiales que necesita para vivir. Debido

a esto último, en muchos casos, los trabajadores se ven obligados a desempeñar una actividad laboral sólo para poder percibir un sueldo, dejando a un lado su satisfacción personal, lo cual repercute en el desempeño laboral y, por lo tanto, en la calidad de vida de los mismos trabajadores.

Lo anterior debe tratar de evitarse al máximo y una forma de lograrlo es dándole al factor humano la importancia que merece. El proceso laboral puede enriquecerse mediante diversos factores que influyen en la actitud de los trabajadores hacia su trabajo. Muchos de estos factores son explicados por el comportamiento organizacional.

2. COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Entre los años 30 y 60's de este siglo el Comportamiento organizacional (CO) era conocido con el nombre de relaciones humanas como consecuencia de investigaciones realizadas por Mayo y Roethlisberger (1920). El desarrollo del CO fue impulsado por la teoría de Douglas McGregor, publicada en 1957, y por la expansión de investigaciones orientadas a las ciencias del comportamiento.

Los conceptos filosóficos fundamentales del CO tienen que ver con la naturaleza de las personas (diferencias individuales), con la persona como totalidad, con la conducta motivada y con la naturaleza de las organizaciones.

En un acercamiento al concepto de comportamiento organizacional Robbins (1987) define a una organización como: "...aquella unidad social coordinada rigurosamente que se compone de dos o más personas y funciona continuamente en forma sistemática para alcanzar metas u objetivos comunes".³ Por lo tanto, las empresas de fabricación de un producto y las prestadoras de servicios reúnen los requisitos necesarios para ser consideradas como organizaciones, así como también las escuelas, hospitales, iglesias, etc.

De acuerdo con Robbins, el comportamiento organizacional es el estudio y la aplicación de técnicas o conocimientos enfocados

³Robbins. *Comportamiento organizacional* (1987), Prentice-Hall, p. 6.

a la forma en que las personas actúan dentro de las organizaciones.

El comportamiento organizacional es una disciplina que investiga el influjo que los individuos, grupos y estructura ejercen sobre la conducta de las organizaciones, a fin de aplicar esos conocimientos y mejorar la eficacia de ellas.⁴

Cabe mencionar que el CO es un enfoque interdisciplinario que integra a varias disciplinas de las Ciencias Sociales relacionadas con el comportamiento humano dentro de las organizaciones. Entre éstas encontramos a la Psicología Social, a la Administración, a la Antropología y a la Sociología.

A continuación describiremos los elementos clave del CO: las personas, la estructura, la tecnología y el ambiente exterior.

Las personas son el sistema social interno de toda organización, dicho sistema está compuesto por individuos y grupos, ya sean grandes o pequeños, formales o informales, etc. Estas son quienes hacen a la organización única, mediante sus vivencias, sentimientos y pensamientos.

La estructura define las relaciones entre las personas que laboran en la empresa. Para lograr que el trabajo sea eficaz debe entablarse una relación entre los trabajadores de todos los niveles, por lo que la estructura debe relacionarse según jerarquías y deberes.

La tecnología es la que proporciona los recursos necesarios

⁴Robbins. **Comportamiento Organizacional** (1987), Prentice Hall, p. 6.

para que los individuos desempeñen eficazmente sus labores con el fin de lograr un trabajo productivo. La tecnología brinda la posibilidad de que las personas realicen una mayor cantidad de trabajo con una mejor calidad.

El medio exterior se refiere a todas aquellas instituciones u organizaciones que giran en torno a cada una de las empresas (gobierno, familia y otras organizaciones), las cuales se influyen mutuamente conformando todo el sistema social.

Cuando los gerentes o ejecutivos aplican adecuadamente los conocimientos del comportamiento organizacional los resultados de dicha aplicación se observan bajo un sistema de triple recompensa, es decir, se logra la satisfacción de los objetivos y expectativas de los individuos, de las organizaciones o instituciones y de la sociedad, generando con esto un clima organizacional favorable, en el cual los empleados se sienten motivados a trabajar juntos siendo también más eficientes en su desempeño laboral.

Entre los elementos estudiados por el comportamiento organizacional, que hemos considerado de especial importancia, tenemos al clima organizacional, a la motivación y a la satisfacción.

2.1 AMBIENTE O CLIMA ORGANIZACIONAL

Este es el ambiente humano o físico dentro del cual los empleados realizan su trabajo. Es un concepto dinámico de sistemas ya que, al igual que el aire en una habitación, rodea y afecta a todo lo

que ocurre en la organización. De la misma manera, el ambiente se ve afectado por casi todo lo que sucede en ella.

Podemos decir que las organizaciones son únicas, debido a que cada una de ellas posee su propia cultura, sus tradiciones y su forma de actuar que, en general, son aspectos que conforman su clima.

Algunas organizaciones son muy activas y eficientes, mientras que otras son más informales. Algunas son muy humanas, otras duras y frías. Una organización tiende a atraer y conservar a las personas que se adaptan a su clima, de modo que sus patrones se perpetúan en cierta medida. Así como las personas pueden decidir mudarse a un clima geográfico determinado cerca del mar, en las montañas o en el desierto, también eligen el clima organizacional que prefieren.⁵

Por lo antes expuesto podemos decir que el clima crea ciertas expectativas en los empleados con respecto a las recompensas, a las satisfacciones y a las frustraciones, basándose para ello en las percepciones que tienen acerca del clima de su organización.

Como puede verse, tanto patrones como empleados desean tener dentro de la organización un clima favorable, pues éste trae beneficios como por ejemplo, un mejor desempeño y una mayor satisfacción en el trabajo.

Coincidimos con Davis y Newstrom (1988) en que son varios los elementos que contribuyen a crear un clima favorable; entre estos se pueden mencionar los siguientes:

⁵Davis y Newstrom. **Comportamiento Organizacional** (1988), McGraw Hill, p. 25.

- 1) liderazgo;
- 2) comunicación ascendente y descendente;
- 3) sentimiento de realizar un trabajo útil;
- 4) recompensas justas;
- 5) oportunidad de progresar y
- 6) compromiso del empleado (participación).

Por ejemplo, para crear un clima favorable en una organización el líder debe estimular y ayudar a los otros para que trabajen con entusiasmo, buscando alcanzar los objetivos de la empresa; ésto lo puede conseguir creando un ambiente laboral de apoyo y de recompensa que contribuya a motivar a los trabajadores. Con frecuencia los trabajadores desean una comunicación abierta y multidireccional con sus jefes, subordinados o compañeros; sienten que realizan algo útil cuando su labor les proporciona un valor personal; esperan que su trabajo sea recompensado y reconocido justamente; buscan obtener mediante su empleo una oportunidad de superación y desarrollo; si saben que su opinión o participación es valorada y tomada en cuenta adquieren un sentimiento de compromiso y responsabilidad hacia lo que hacen. En sí, buscan ser escuchados y tratados de tal manera que se les reconozca su valor como individuos, desean sentir que la organización realmente se preocupa por sus problemas y necesidades.

2.2 MOTIVACION

Para comprender mejor la definición de motivación es necesario

comenzar por entender el significado de necesidad; éste se refiere a las deficiencias no satisfechas que suelen basarse en exigencias específicas, ya sean corporales o aprendidas o alguna conjugación de ambas.

Davidoff (1985) entiende por motivación aquel estado o impulso interno producto de una necesidad que provoca una reacción, conducta o esfuerzo orientado hacia la satisfacción de dicha necesidad.

La década de 1950 fue un período de desarrollo de los conceptos relacionados con la motivación. Durante este tiempo se formularon diferentes teorías, en este caso nos referiremos a la teoría de jerarquía de las necesidades de Maslow, a la de los patrones de motivación de McClelland y a la de categorización de los motivos según Davidoff.

De las teorías mencionadas, la que ha recibido mayor difusión, sobre todo en el ámbito laboral, es la de Maslow (1954), quien propone que en todo ser humano existe una jerarquía de necesidades de carácter instintivo y universal:

1. Necesidades fisiológicas.- comprenden el hambre, la sed, la vivienda, el sexo y otras necesidades corporales.
2. Necesidades de seguridad.- incluyen seguridad y protección contra el daño físico y emocional.
3. Necesidades de amor.- como el afecto, pertenencia, aceptación y amistad.
4. Necesidades de estima.- que incluyen factores

internos de estimación, como el respeto de sí mismo, la autonomía y el logro; así como también factores de estima como el estatus, el reconocimiento y la atención.

5. Necesidades de autoactualización.- que están representadas por el impulso de llegar a ser lo que se pueda ser, éstas comprenden al crecimiento, a la realización de las potencialidades y también a la autorrealización.

Cuando Maslow habla de las necesidades fisiológicas se refiere a las más importantes, ya que si éstas no son satisfechas corre peligro la sobrevivencia del individuo, por lo que deben ser gratificadas constantemente mediante la comida, el descanso, etc. Dada la importancia de las necesidades fisiológicas, su influencia en la conducta es relevante. Las necesidades de seguridad también influyen en la conducta y están relacionadas con las medidas que tomen los individuos para preservar su seguridad, tanto física como emocional, ante condiciones desfavorables del medio ambiente; estas necesidades se pueden observar claramente en situaciones de emergencia como guerras, epidemias, catástrofes, etc.

Por lo que se refiere a la necesidad de amor, surge cuando las necesidades fisiológicas y de seguridad han sido relativamente satisfechas. Es frecuente que este tipo de necesidades se vean frustradas debido a un desajuste a nivel interpersonal generado, en parte, por la complejidad de las

relaciones sociales.

Por otro lado, las necesidades de estima representan un deseo de estabilidad fundamentada firmemente en la evaluación de sí mismo, en su autoestima, en su autorrespeto y en la estima de los demás. La satisfacción de estas necesidades provoca en el individuo sentimientos de confianza en sí mismo, de dignidad, de fuerza, de capacidad y de adaptabilidad.

Por último, encontramos que la autoactualización es la necesidad cumbre de la jerarquía y se relaciona con las necesidades de crecimiento. Cuando un individuo logra autoactualizarse tiene una percepción más eficiente de la realidad, es espontáneo, se acepta a sí mismo y a los demás, no le preocupa la soledad, es independiente, creativo, etc.

A medida que se van satisfaciendo las necesidades primarias, las siguientes, en la jerarquía, se tornan dominantes. La teoría de Maslow establece que ninguna necesidad queda satisfecha por completo y para siempre, condición que dota al hombre de una motivación constante.

En 1961 David C. McClelland realizó una investigación de gran interés en el ámbito motivacional. Sus estudios revelaron que los patrones de motivación de los individuos reflejan el ambiente cultural en el que se desarrollan (familia, escuela, religión, etc.). Hace una división de la motivación en cuatro diferentes factores:

- 1) **Motivación de logro.** Es el impulso que tienen algunas personas para superar retos y obstáculos que se

presentan al tratar de alcanzar sus metas. Un sujeto motivado por el logro tiene deseos de desarrollo, de crecimiento y de avance hacia el éxito. El logro resulta ser importante por sí mismo y no por las recompensas que le acompañan.

2) **Motivación de afiliación.** este patrón, al igual que el de logro, influye en el comportamiento y se refiere al impulso que se tienen para relacionarse socialmente con los demás. Es notable que las personas motivadas por afiliación acostumbran seleccionar a sus amigos para que laboren con ellas, sintiéndose así más satisfechas interiormente al encontrarse entre amigos y desean una mayor libertad para desarrollar esas relaciones.

3) **Motivación por competencia.** Es el impulso que mueve a realizar un trabajo de alta calidad. Las personas motivadas por la competencia buscan la excelencia en sus funciones desarrollando habilidades para la resolución de problemas, tratando también de ser creativos; lo más importante es que estas personas obtienen beneficios de sus experiencias. En general, tienden a desempeñar un buen trabajo para su satisfacción personal y buscando el reconocimiento de los demás.

4) **Motivación por el poder.** Es el impulso por influir en los demás modificando así diferentes situaciones.

Aquellas personas motivadas por el poder desean causar un impacto en los grupos a los que pertenecen y están dispuestas a correr riesgos para conseguirlo. Una vez que tienen ese poder podrán usarlo constructiva o destructivamente.

Posteriormente, en 1988, la motivación se ha estudiado categorizando las diferentes clases de motivos: básicos, sociales y para el crecimiento personal.

Los impulsos básicos son motivos que activan una conducta orientada a satisfacer necesidades fisiológicas y que están relacionadas con la sobrevivencia; estos impulsos surgen para satisfacer las necesidades de oxígeno, agua, alimento, sexo y para evitar el dolor.

Los motivos sociales son aquellos cuya satisfacción depende del contacto con otros seres humanos. Gran parte de la conducta humana está orientada a satisfacer estos motivos; a su vez, los motivos sociales tienen como objetivo principal la satisfacción de las necesidades del individuo de sentirse amado, aceptado, aprobado y estimado por los grupos a los que pertenece; de ahí que se pueda hablar también de motivos laborales, familiares, afectivos, etc. sin que éstos dejen de ser sociales.

Para explicar por qué las personas luchan constantemente por el dominio y la excelencia, o por qué se esfuerzan para mejorar su desempeño en circunstancias donde el reconocimiento es poco probable, se supone la existencia de necesidades esenciales para desarrollar habilidades y potencialidades del individuo; y son

estas necesidades las que suscitan los motivos de crecimiento personal.

Debido a que esta investigación se relaciona con el ámbito laboral es necesario mencionar que cuando un individuo se incorpora a una organización lleva consigo ciertas necesidades que afectan su desempeño laboral. Como hemos visto, algunas de estas necesidades son físicas y otras tienen que ver con aspectos psicológicos o sociales; estas últimas son más difíciles de identificar y de satisfacer. Las necesidades varían de una persona a otra. Por lo tanto, al analizar el concepto de motivación no podemos dejar de lado que el grado o nivel en que se presenta difiere entre los individuos de acuerdo a sus propias necesidades y según el momento en que se presente.

Entonces, en este caso, definiremos a la motivación como "el deseo de esforzarse más por alcanzar alguna meta u objetivo de la organización o institución en donde se trabaje, buscando con esto la posibilidad de satisfacer alguna o algunas necesidades propias del trabajador". Davis y Newstrom dicen que "Los empleados motivados son aquellos que ven que su trabajo les está ayudando a alcanzar sus metas más importantes."⁶ Los tres aspectos que se distinguen dentro de la motivación son: el esfuerzo, las metas y las necesidades. El esfuerzo es una medida de intensidad que se da cuando el individuo ve a las metas de la organización como una posibilidad para satisfacer sus propias necesidades; las metas

⁶Ibid, p. 95.

son los objetivos que la empresa busca alcanzar mediante la participación conjunta de todo el personal; y las necesidades son aquellas exigencias específicas de cada uno de los sujetos.

2.3 SATISFACCION EN EL TRABAJO

Esta indica el grado o nivel de concordancia entre las expectativas de cada individuo y las compensaciones que el empleo provee. La satisfacción laboral puede representar una actitud general o aplicarse a ciertas partes del trabajo, "...es un conjunto de sentimientos favorables y desfavorables mediante los cuales los empleados perciben su trabajo."⁷ Asimismo, puede analizarse a partir de factores relacionados con la naturaleza misma de las funciones del trabajo (gusto que se tiene por el trabajo) y también a partir del contexto laboral (sentimientos hacia compañeros, jefes, reglas de la institución, etc.).

Definitivamente, el contexto o entorno de cada trabajador influye en los sentimientos que éste tenga hacia su trabajo, por lo tanto se puede decir que la satisfacción laboral forma parte de la satisfacción de la vida de cada individuo. De la misma manera, si un empleo es considerado como parte importante de la vida del sujeto, la satisfacción en el trabajo influirá en su satisfacción vital.

Como hemos visto, el comportamiento organizacional estudia todo aquello que influye en la conducta de las organizaciones,

⁷Ibíd, p. 114.

con el objeto de mejorar su eficacia. Esta eficacia repercutirá, finalmente, en la calidad que la empresa, ya sea de bienes o servicios, sea capaz de brindar a los clientes o usuarios. En seguida hablaremos sobre la calidad total, la cual es indispensable hoy en día para lograr la competitividad.

3. CALIDAD TOTAL

La calidad en el producto es importante, pero actualmente, ante el reto representado por la competitividad, se requiere que ésta se extienda más allá, hacia la calidad total. La importancia de ésta fue reconocida por los japoneses por el año de 1950. Hasta ese momento los productos japoneses tenían la reputación de estar mal hechos. La alta dirección se dio cuenta de la importancia de la calidad para la exportación. Los japoneses reconocieron que era necesario tomar en cuenta las necesidades del consumidor, tanto presentes como futuras, para mejorar la calidad.

Definición. Para comprender el término calidad total será necesario conocer lo que se entiende por calidad. Se dice que hay dos interpretaciones básicas de calidad (Ishikawa, 1986); la primera y más estrecha es la que se refiere únicamente al producto; la segunda no sólo incluye al producto, sino a todo lo que gira alrededor de él: trabajo, servicio, información, proceso de producción, personas (trabajadores, ingenieros, gerentes, ejecutivos), sistema productivo, empresa, objetivos, etc. Es decir, calidad en todas sus manifestaciones.

La calidad total es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor. Para lograr la calidad total es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- 1) Buscar o hacer calidad total con el fin de producir

artículos que satisfagan los requisitos de los consumidores.

2) Hacer hincapié en la orientación hacia el consumidor, donde los requisitos de éste sean de primordial importancia. Los fabricantes deberán estudiar las opiniones y los requisitos de los consumidores y tenerlos en cuenta al diseñar, hacer y vender sus productos. De igual manera, al desarrollar un nuevo producto, el fabricante debe proveer los requisitos y las necesidades de los consumidores.

3) Por muy buena que sea la calidad, el producto no podrá satisfacer al cliente si el precio es excesivo; es decir, no se puede definir la calidad sin tener en cuenta el precio. Hay que esforzarse siempre por ofrecer un producto de calidad en cantidad y precio justos.

Consumidor. Podría pensarse que a quien hay que satisfacer es únicamente al cliente o comprador del producto, sin embargo, también hay que tomar en cuenta al consumidor o persona que hará uso de éste. La satisfacción del cliente o consumidor con respecto a cualquier producto o servicio puede variar desde la mayor complacencia hasta la máxima insatisfacción.

El cliente o consumidor es de suma importancia para poder ofrecer calidad. Es necesario estudiar, conocer y comprender sus necesidades actuales y futuras para poder ofrecerle el producto o servicio que le proporcione una vida mejor. Lo anterior no resulta fácil, ya que las necesidades de los consumidores pueden cambiar, también pueden cambiar los materiales, los precios y la competencia.

Deming (1982) hace referencia a tres componentes que interactúan entre sí, por medio de los cuales puede medirse la calidad: 1) el propio producto; 2) el usuario y sus hábitos de uso, instalación y mantenimiento del producto, así como lo que él espera del producto como consecuencia de la publicidad; 3) las indicaciones para el uso del producto, la disponibilidad de las refacciones y la formación del cliente así como de las personas encargadas del mantenimiento y reparación del producto. El producto solo no determina la calidad por sí mismo.

El servicio de garantía, parte importante de la Calidad Total, es de la incumbencia del fabricante. Este debe satisfacer a sus clientes con la calidad de los artículos que produce. Si esto no sucede, la empresa debe estar decidida a resolver los problemas con rapidez y buena voluntad, buscando que se disipe el disgusto del consumidor.

Capacitación. Dentro de las empresas, los superiores tienen la función de educar, capacitar y desarrollar a sus subalternos. Las normas técnicas y laborales pueden convertirse en reglamentos excelentes, pero los empleados tal vez las desconozcan, no las entiendan o no sepan cómo manejarse. Lo importante es capacitar a las personas que se verán afectadas por esas normas y reglamentos.

La capacitación no se limita a reuniones formales. Reunir a las personas en un salón y dictarles conferencias constituye sólo una pequeña parte del esfuerzo educativo total. Un superior deberá capacitar a los subalternos de manera personal en el

trabajo práctico. Una vez que el trabajador ha sido capacitado de esta manera, se le debe dar libertad para desempeñar su trabajo. De esta manera, el subalterno podrá crecer y superarse. Si se logra una buena preparación y capacitación, él mismo controlará e inspeccionará su propio trabajo.

3.1 CALIDAD EN EL SERVICIO

Un trabajador del área de producción está consciente de su participación en la fabricación de un producto que alguien más utilizará y evaluará, por lo tanto, tiene una idea de lo que es su trabajo y de la calidad del producto final; él puede visualizar al cliente satisfecho o descontento con la adquisición del producto. En cambio, en muchas empresas, las personas que trabajan en el área de servicios piensan que sólo tienen un trabajo y no están conscientes de que ofrecen un producto, que es el servicio, y que es el buen servicio y la satisfacción de los clientes lo que permite que la compañía siga brindando fuentes de empleo.

Deming hace hincapié en el hecho de que los clientes son quienes mantienen a una compañía en el negocio, ya sea de manufactura o de servicios y, por lo tanto, es importante enseñar a los empleados a complacer al cliente. "Tengo la impresión de que muchas personas que atienden a los clientes en los restaurantes, hoteles, ascensores, bancos y hospitales disfrutarían más de su trabajo si los clientes no llegaran e

interrumpieran sus conversaciones."⁹

La calidad en el servicio es fácil de cuantificar y medir; vg., la rapidez en el tiempo de entrega y en el papeleo, el cuidado en el transporte, etc.

Una característica del servicio es que la reacción del cliente es mucho más rápida ante la satisfacción o insatisfacción que éste puede brindar, mientras que la reacción ante el producto puede retrasarse.

Concluyendo, podemos decir que la Calidad Total se caracteriza por la concientización e involucramiento de todos los empleados y directivos de una empresa; que en el proceso de Calidad Total el cliente es lo más importante, por lo que debe buscarse el conocimiento de éste, de sus necesidades y deseos. Lo anterior significa que los bienes y servicios deben estar orientados al consumidor, sin defectos y al menor precio.

En resumen, a los empleados puede dárseles poder a través del entrenamiento, ya que para ser competitivos se requiere de un recurso humano que quiera, sepa y pueda hacer bien su trabajo. Lo anterior sólo puede lograrse por medio de la motivación, la capacitación, el adiestramiento y, además, proporcionando al trabajador todos los recursos materiales necesarios para el desempeño de sus labores.

⁹Deming. **Calidad, Productividad y Competitividad. La salida de la crisis** (1989), Eds. Diaz de Santos, p.150.

3.2 ANTECEDENTES NACIONALES

La calidad total es actualmente de gran importancia en nuestro país. A continuación se expone brevemente la forma como ha venido adquiriendo relevancia dentro de la industria nacional.

En el periodo postrevolucionario lo más importante era lograr la paz política, económica y social; posteriormente se impulsaría el desarrollo en estos mismos ámbitos. La política de desarrollo giró durante la mayor parte del siglo XX alrededor del más: era necesario crear más empleos, más carreteras, etc.

Para la naciente industria mexicana el producir lo más posible también se convirtió en el reto; por otro lado, se impulsó un proteccionismo que disminuyó en gran medida la sana competencia entre los mismos productores, los que contaban con un mercado cautivo.

En 1981 en el país se dio una crisis debida a varias causas entre las que se cuenta la caída de los precios del petróleo. Entonces se dio la necesidad de exportar artículos manufacturados mexicanos, lo cual implicaba ser más competitivos; se competiría con precios bajos originados por la mano de obra barata y se aprovecharía la cercanía de los Estados Unidos. Sin embargo hacía falta algo más: Puntualidad, servicio, información, etc.

Fue así como la cultura del más, de obtener mayor productividad y de enfatizar sólo en la calidad de los productos y no de todo lo que va alrededor de ellos, se fue volviendo obsoleta. Era necesario, entonces, no sólo producir eficientemente, sino también comprar mejor, vender mejor, dar

mejor atención y servicio a los consumidores, entender mejor sus necesidades, etc. "...no bastaba con tener un proceso tecnológico para cambiar la cultura de una empresa. Se requería también de un intenso proceso humano."⁷ Como consecuencia, para finales de los ochentas ya se hablaba de Calidad Total en la industria mexicana.

Actualmente, se reconoce a la calidad total como indispensable para poder ser competitivos a nivel internacional. Como ejemplo de esta necesidad tenemos al reto que representa la participación de México en el Tratado de Libre Comercio (TLC).

Tratado de libre comercio. El 12 de agosto de 1992 se dio a conocer oficialmente la conclusión de las negociaciones del TLC, cuya vigencia comenzará (en caso de ser aprobado por los tres países participantes) a partir del 1 de enero de 1994. Por lo tanto, nuestro país cuenta con un breve período para trabajar en un esquema de desarrollo que permita la internacionalización y la inversión productiva eficiente.

Para que el TLC funcione totalmente en los tres países participantes (México, Canadá y E.U.) transcurrirán entre cinco y quince años, plazo en el cual México quedará totalmente inmerso en el mercado más grande del mundo. Uno de los retos a los que se deberá enfrentar es el de la competitividad, el cual se logrará sólo con Calidad Total. Para lograr lo anterior es necesario producir más y mejor, aprovechando al máximo los recursos.

⁷Gutiérrez Trujillo "La calidad total" en **Los empresarios y la modernización económica de México** (1991), Porrúa, p.257.

Para concluir debemos hacer énfasis en que, al hablar de calidad, nos referimos no sólo a las empresas privadas, sino también a los servicios públicos, en donde es importante mejorar cada vez más la calidad ya que éstos contribuyen en gran medida a la calidad de vida de los ciudadanos, la cual puede verse reflejada en su trabajo. Uno de los servicios públicos más importantes para la sociedad es el del sector salud del cual hablaremos en el capítulo siguiente.

4. SEGURIDAD SOCIAL

"La seguridad social es el conjunto de acciones con las que una sociedad protege a sus miembros de determinados acontecimientos que puedan causar daños o generar alguna necesidad".

El término seguro se refiere a un contrato entre particulares con el cual, mediante el pago de una prima, se adquiere un derecho de protección contra riesgos tales como enfermedades, robo, incendio, muerte, etc. Un seguro pasa a ser social cuando el Estado reconoce como función u obligación de la sociedad brindar a los miembros de ésta la protección necesaria para el bienestar colectivo. Por lo tanto, el Estado le otorga al seguro social una categoría jurídica, reglamenta su práctica y contribuye a su financiamiento.

La seguridad social ha de entenderse como el marco creado por el ser humano, en el ejercicio de la solidaridad y el empleo combinado de la razón y la fuerza, para alcanzar condiciones de seguridad y bienestar que hagan posible el pleno desarrollo de su personalidad.^{1º}

Cabe mencionar que la protección social da origen a una diferenciación entre seguridad social y asistencia social: En el seguro social, entendido como un servicio público de protección a los trabajadores, es preciso que mientras éstos estén activos contribuyan con una parte de sus ingresos (impuestos) para tener derecho a obtener beneficios en dinero o especie cuando su

^{1º}IMSS.Nosotros (1987), IMSS, p. 9.

capacidad productiva se vea interrumpida por enfermedad, invalidez, vejez, etc. Para el seguro social se necesita también de la contribución de patronos y del Estado.

En cambio, la asistencia social comprende un conjunto de servicios y prestaciones destinados a personas que no tienen posibilidad de dar contribución alguna; por lo general no se requiere de contribuciones directas para recibir algún beneficio.

Antecedentes. El origen de la seguridad social se remonta a principios del siglo XIX. Cuando surge la revolución industrial aparece una nueva clase de trabajadores (industriales u obreros), cuya subsistencia dependía únicamente de sus míseros salarios y que, por lo tanto, sufrían de privaciones cuando enfermaban o quedaban sin empleo.

Hasta el año de 1880 se habían ideado y aplicado tres maneras de proteger a los trabajadores: cajas de ahorro, obligando a los patronos a asumir las responsabilidades de ciertos riesgos y las diferentes formas del seguro privado.

Entre los años de 1883 y 1889 Bismark, presidente de Alemania, creó un sistema de seguro social conformado y puesto en practica en tres etapas: a) seguro de enfermedades en 1883; b) seguro de accidentes en el trabajo en 1884 y c) seguro de invalidez y vejez en 1889. Posteriormente la iniciativa de Alemania fue seguida por países como Austria, Reino Unido, URSS y Japón; fue hasta después de la crisis de 1930 cuando el seguro social se extendió a los países de América Latina, EUA y Canadá.

4.1 ANTECEDENTES NACIONALES

La seguridad social en México requirió de un desarrollo industrial previo, enmarcado en el capitalismo, puesto que en este sistema es donde surgen las relaciones obrero-patronales que generaron el clima y las necesidades propicias para su establecimiento.

Durante el porfiriato las condiciones ínfimas de vida y trabajo provocaron movimientos de inconformidad de campesinos y obreros, quienes se unieron en organizaciones y coaliciones (Obreros Libres en 1906, Liga de Ferrocarrileros en 1908) para luchar por mejoras laborales y de protección social. Con las huelgas de Cananea y Río Blanco se van sentando las bases para el establecimiento de un régimen que garantizara la seguridad social en México.

El Congreso Constituyente de 1917 logró incorporar los derechos de los trabajadores a la Constitución, haciendo hincapié en la responsabilidad de los empresarios y patronos ante los accidentes de trabajo. También "... se considera de utilidad social el establecimiento de cajas de seguros populares, de invalidez, de vida, de cesación involuntaria del trabajo, de accidentes y de otros fines análogos."¹¹

Siendo presidente de la república Emilio Portes Gil en 1929, reformó el artículo 123 fracción XXIX, quedando de la siguiente manera:

¹¹Íbid. p. 13.

Es de utilidad pública la Ley del Seguro Social, y ella comprenderá seguros de invalidez, de vejez, de vida, de cesación involuntaria del trabajo, de enfermedades y accidentes, de servicio de guardería y cualquier otro encaminado a la protección y bienestar de los trabajadores, campesinos, no asalariados y otros sectores sociales y sus familiares.¹²

Lázaro Cárdenas, en 1935, presentó un estudio referente a la formación y organización de un seguro social que cubriera riesgos del trabajo. A partir de esta acción comienza a delinearse la Ley del Seguro Social. En 1936 es aprobado un proyecto de esta Ley, pero debido a la crisis de la expropiación petrolera este proyecto no fue llevado a cabo.

Durante el gobierno del presidente Manuel Avila Camacho se creó la Comisión Técnica del Seguro Social. Este proyecto fue aprobado por el Congreso de la Unión y publicado en el diario oficial del 19 de enero de 1943, quedando así promulgada la Ley del Seguro Social.

4.2 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS)

Para poner en práctica la Ley del Seguro Social se crea un instrumento que organice y administre el seguro social, se crea el IMSS.

El IMSS queda facultado para extender la seguridad social, su objetivo principal es brindar prestaciones sociales que

¹²Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos (1989), Porrúa, México, p.111.

tiendan a fomentar la salud de la población, prevenir enfermedades y accidentes y contribuir a elevar los niveles de vida.

La ley determina cuáles habrán de ser los principales órganos de gobierno en el IMSS, aplicando la concepción tripartidista. Patrones, trabajadores y estado se conjuntaron para dar origen al seguro social y asegurar su financiamiento, así como para participar en el gobierno conjunto del Instituto, vigilar su operación y participar en la toma de decisiones.

Los órganos superiores del nivel central de IMSS son: La Asamblea General, autoridad suprema del Instituto; el Consejo Técnico, representante legal y administrador del IMSS; la Comisión de Vigilancia y la Dirección General, que representa al IMSS.

Los órganos superiores del nivel delegacional son: el Consejo Consultivo Delegacional, integrado por el Delegado, un representante del gobierno estatal, dos del sector patronal y dos del sector obrero; y la Delegación.

Los objetivos del IMSS están orientados a garantizar el derecho humano a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.

Los servicios sociales del IMSS están orientados a mejorar el nivel de vida de la población mediante acciones de capacitación técnica, recreativa, de integración familiar y de atención médica.

La actividad fundamental y propia del IMSS se lleva a cabo cotidianamente a través de una enorme red formada por, aproximadamente, 4917 Unidades de Servicio, distribuidas estratégicamente en el territorio nacional. Estas unidades están divididas en unidades médicas, centros de seguridad social, oficinas para cobros del Seguro Social, centros deportivos, teatros, tiendas, velatorios, guarderías y centros de capacitación y productividad.

Servicios médicos. Por su demanda, volumen y trascendencia, destacan los servicios médicos, que constituyen la parte medular de la acción del IMSS. La atención médica se brinda en tres niveles escalonados, según la gravedad y el grado de especialización que requiera el padecimiento. Los niveles corresponden también a los tres tipos de unidades médicas:

El primer nivel opera en las Unidades de Medicina Familiar y corresponde a los padecimientos y a las acciones preventivas más comunes. En este nivel se resuelve el 62% de los problemas de salud.

El segundo nivel de atención se brinda en los Hospitales Generales de Zona, los cuales cuentan con los recursos necesarios para atender las cuatro especialidades básicas de la medicina: Pediatría, Ginecología, Cirugía General y Medicina Interna. En este nivel se responde a los problemas médicos de cierta complejidad que representan un 35%.

En el tercer nivel, cuyo servicio se da en los Hospitales de Especialidades, se atienden los casos que requieren estudios y

atención de alta especialidad. En este nivel se atiende el 3% de los problemas de salud.

Como hemos visto, el objetivo principal del IMSS es la protección y bienestar de los trabajadores mexicanos. Por lo tanto, la calidad en el trabajo de todos los trabajadores del Instituto contribuye enormemente a la calidad de vida de los mexicanos y es aquí, precisamente, donde puede verse la importancia de la calidad en los servicios públicos. De lo anterior se desprende el interés de estudiar la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo, ya que constituye un primer paso para avanzar hacia el logro de una actitud del todo positiva hacia el trabajo, lo cual repercute, finalmente, en todas las esferas de la vida tanto de los empleados del IMSS, como del resto de los mexicanos.

5. ACTITUDES

Las actitudes pueden ayudar a explicar y a predecir la conducta y, por lo tanto, pueden ayudar a modificarla. Estas no son un concepto aislado, sino que se encuentran interrelacionadas con conceptos tales como la motivación (fuerza impulsora), la percepción y la personalidad.

Gran parte de las definiciones consideran a la actitud como compuesta por tres elementos fundamentales: el cognoscitivo, el afectivo y el conductual. El componente cognoscitivo es el que permite dar nombre a los estímulos. El afectivo es la respuesta emotiva que va asociada con una categoría cognoscitiva a un objeto. El componente conductual es el acto que realizará el individuo ante la presencia de ciertos estímulos; este componente conductual es el que nos ayudará a predecir la conducta del individuo ante el objeto de la actitud; la actitud se relaciona con la conducta observable.

Perlman y Cozby (1985) definen a las actitudes como los sentimientos evaluadores hacia algún objeto; se refieren a sentimientos hacia algo. Podemos tener sentimientos favorables o desfavorables hacia cualquier cosa, sin embargo, el interés hacia las actitudes radica sólo en aquellas que son de importancia para la gente, como los problemas sociales, ideológicos, etc. "Si los psicólogos sociales pueden llegar a entender cómo se desarrollan, cambian e influyen en la gente sus actitudes importantes, entonces podrían ser capaces de extender estos principios a los

sentimientos (actitudes) que no son tan importantes".¹³

En las sociedades la gente mantiene cierta posición con respecto a los problemas sociales, a grupos, a personas, etc.; son estas posiciones, individuales o colectivas, las que se estudian dentro de la Psicología Social con el término actitudes.

Es importante diferenciar al concepto de actitud de los conceptos: valores, opiniones y aptitudes. Los valores implican un sentimiento de obligatoriedad, de deber; se ejecuta una determinada acción porque se considera lo correcto. Las opiniones son las formas de pensar acerca de alguna cosa. Las aptitudes son la capacidad o potencialidad innata a realizar una ejecución que se concretiza, o no, en función de las influencias del medio. La actitud, en cambio, implica un sentimiento evaluador de lo bueno y lo malo hacia un objeto. Sin embargo, los valores, las opiniones y las aptitudes contribuyen a la formación de la actitud y, por lo tanto, de la conducta.

A diferencia de las actitudes que representan una evaluación favorable o desfavorable de una persona hacia un objeto, las creencias representan a la información que la persona tiene sobre el objeto; de esta forma, una creencia le atribuye algo al objeto.

Como sucede con las actitudes, la gente tiene creencias acerca de casi todo y las características que atribuye a los objetos son muchas. Pero la fuerza de las creencias hacia un

¹³Perlman y Cozby. **Psicología Social** (1988), Ed. Interamericana, p. 75.

objeto determinado puede variar, siendo ésta una determinante de la actitud. "Si uno tiene una actitud positiva o negativa hacia algo, depende de si las creencias relevantes son evaluadas positiva o negativamente y de la fuerza con la cual son sostenidas estas creencias."¹⁴

Intenciones y conducta. En tanto que las actitudes son los sentimientos evaluadores que tenemos hacia un objeto y las creencias son lo que conocemos acerca de él, las intenciones conductuales son lo que la persona pretende o intenta hacer; sin embargo ello no significa que realmente lo haga. La estimación de cómo actuaremos influye pero no garantiza que realizaremos una determinada acción. La conducta, en cambio, puede ser directamente observada.

Resumiendo, podemos decir que las creencias influyen en la actitud hacia un objeto, que las actitudes influyen en cómo se pretende actuar hacia el objeto y que las intenciones influyen en la forma de actuar hacia el objeto. Así, mientras que las actitudes son los sentimientos evaluadores hacia un objeto, las creencias, las intenciones y la conducta son conceptos aparte aunque relacionados entre sí.

5.1 FORMACION DE LAS ACTITUDES

Las actitudes se forman a través de los años. Hemos visto que las actitudes dependen en cierta forma de las creencias; por lo

¹⁴Ibid.

tanto, es necesario examinar las creencias de la gente para entender la formación de las actitudes. Las creencias provienen de la experiencia personal directa y de las demás personas.

Las actitudes también pueden ser influidas por factores que no implican conocimiento acerca del objeto, como es la simple exposición (principio seguido por la publicidad). La hipótesis de Zajonc (1968) de la simple exposición afirma que no se requiere del desarrollo de creencias y que basta la exposición perceptual repetida de un determinado objeto para producir una preferencia hacia éste.

Otro proceso que, sin incluir a las creencias, puede influir en la formación de las actitudes es el condicionamiento clásico, el cual ocurre cuando un estímulo, al aparejarse con otro, logra evocar una respuesta que antes no se evocaba.

5.2 CAMBIO DE ACTITUDES

Como hemos visto, las actitudes hacia algún objeto se forman con base en la información o en las creencias que se desarrollan acerca del mismo y también cuando hay un vínculo afectivo (condicionamiento clásico). De igual forma, el cambio actitudinal puede darse proporcionando nueva información que contribuya a desarrollar nuevas creencias, así como desarrollando nuevos vínculos afectivos hacia el objeto. Sin embargo, debido a que ya existe una actitud anterior y unos determinados sentimientos, los individuos pueden mostrar cierta resistencia a la nueva información y, por lo tanto, al cambio de actitud.

Existen diversas teorías tendientes a explicar la forma cómo pueden cambiarse las actitudes. Entre las principales se encuentran las siguientes:

Teoría del balance de Heider (1944, 1958). El interés de esta teoría radica en situaciones donde se incluyen a dos personas y a un objeto de la actitud. Postula que cuando dos personas tienen un fuerte lazo afectivo positivo, sentirán un "balance" entre ambas o un "desbalance" si difieren en sus actitudes más valiosas. Las relaciones balanceadas psicológicamente tienden a ser mucho más resistentes al cambio que las desbalanceadas.

Teoría de la disonancia de Festinger (1957, 1964). Esta teoría sostiene que los individuos tienden reducir la disonancia y a mantener la congruencia entre sus elementos cognoscitivos. Estos pueden ser no pertinentes (creencias totalmente independientes), consonantes (compatibles con otros) o disonantes (incompatibles o contradictorios).

Teoría del juicio social de Sherif y Hovland (1961). Esta teoría postula que las respuestas del individuo acerca de ciertas situaciones dependen de sus propias actitudes. Cuando una cierta declaración es congruente con la propia opinión o actitud, la encontrará aceptable (latitud de aceptación); si la declaración y la actitud son discrepantes habrá rechazo (latitud de rechazo) y si la declaración y la actitud son ligeramente discrepantes no habrá ni rechazo ni aceptación (latitud de no compromiso).

Cuando los individuos escuchan una declaración congruente con su opinión tienden a interpretarla como más apegada a sus

creencias de lo que realmente es (asimilación); en cambio cuando la declaración cae en la latitud de rechazo es interpretado como más distante de su opinión de lo que realmente es (contraste). La "autoimplicación" se refiere al grado de compromiso del individuo.

5.3 ACTITUDES Y TRABAJO

Las actitudes no cambian fácil ni constantemente, por el contrario, son relativamente permanentes; debido a lo anterior es posible estudiarlas, medirlas y predecir las acciones. La formación y el cambio de actitudes pueden estudiarse y pueden desarrollarse programas tendientes a mejorar la conducta.

En el caso que nos ocupa, la actitud hacia el trabajo en empleados de servicios, el conocimiento de la actitud puede proporcionar elementos que permitan el desarrollo de nuevas creencias que contribuyan no sólo a mejorar el desempeño en el trabajo, sino también a elevar la calidad de vida de los trabajadores. Todo lo anterior llevaría al mejoramiento de los servicios prestados y a una mayor satisfacción de los usuarios.

5.4 ACTITUDES Y CALIDAD TOTAL

Como vimos en el capítulo tres, el cliente o usuario es de primordial importancia para lograr la Calidad Total, pues a partir de sus deseos, necesidades y características, la industria estará en posibilidades de ofrecer productos y servicios con Calidad Total. Por lo tanto, no será posible avanzar hacia una

cultura de calidad total si el consumidor mexicano no aprende a exigir Calidad Total.

Lo primero que tiene que aprender el consumidor es a definir claramente lo que necesita o espera encontrar, con base en una información previa respecto a las opciones disponibles que estén a su alcance; posteriormente, debe comunicar esto con la mayor precisión posible; por último, debe cerciorarse de recibir los bienes y servicios en cumplimiento a lo especificado o convenido.

Cuando los consumidores mexicanos comiencen a actuar de acuerdo con lo anterior, o sea a informarse, comunicarse y exigir lo que les corresponde, estaremos avanzando hacia una cultura de Calidad Total. En este sentido, en nuestro país se requiere de un cambio de actitudes y valores.

... hasta que la calidad no sea un valor prioritario para la gran mayoría de los mexicanos, el costo de lo mal hecho seguirá impactando a la economía del país en lo general, a los consumidores mexicanos en lo particular, y también debilitará la competitividad y la imagen de las organizaciones exportadoras en su conjunto.¹⁵

Cuando la Calidad Total sea un valor prioritario para los mexicanos en todos los aspectos de su vida, no sólo al consumir, sino también al producir o brindar un servicio e, inclusive, en su vida diaria (escuela, trabajo, familia, compromisos, etc.), podremos decir que estamos avanzando hacia una cultura de Calidad Total. En un contexto como éste tanto la industria como la economía nacional mejorarán y podremos ser más competitivos.

¹⁵Ibid., p.264.

M E T O D O L O G I A

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo?

OBJETIVO GENERAL

Conocer la actitud de un grupo de trabajadores de servicios ante su trabajo.

OBJETIVOS PARTICULARES

1) Identificar los principales factores que influyen en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

2) Identificar elementos del ambiente laboral que intervienen en el desempeño del trabajo de los trabajadores de servicios.

3) Elaborar un instrumento de medición que nos permita evaluar la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

HIPOTESIS

Ho: La actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo es favorable.

Ha: La actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo es desfavorable.

Ho. La satisfacción en el trabajo influye en la actitud de

los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

Ha. La satisfacción en el trabajo no influye en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

Ho. El clima organizacional influye en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

Ha. El clima organizacional no influye en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

Ho. La motivación de los trabajadores de servicios influye en su actitud hacia el trabajo.

Ha. La motivación de los trabajadores de servicios no influye en su actitud hacia el trabajo.

Ho. La calidad en el servicio influye en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

Ha. La calidad en el servicio no influye en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

VARIABLES

V.I. El trabajo (satisfacción, motivación, comportamiento organizacional y calidad en el servicio).

V.D. La actitud.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

SATISFACCION. Es el grado o nivel de concordancia entre las

expectativas de cada individuo y las compensaciones que el empleo provee.

CLIMA ORGANIZACIONAL. Es el ambiente humano o físico dentro del cual los empleados realizan su trabajo.

MOTIVACION. Es el deseo de esforzarse más por alcanzar alguna meta u objetivo de la organización o institución en donde se trabaje, buscando con esto la posibilidad de satisfacer algunas necesidades propias del trabajador.

CALIDAD EN EL SERVICIO. Es dar atención eficiente y oportuna al usuario, con el fin de complacerlo.

DEFINICIONES OPERACIONALES

Las definiciones operacionales que a continuación se presentan corresponden al cuestionario piloto (ver anexo 2), ya que posteriormente se analizaron y seleccionaron los ítems y los factores que miden de manera precisa y confiable la actitud de los sujetos entrevistados hacia su trabajo.

SATISFACCION

Ítems 1, 2, 6, 11, 12, 14, 15, 19, 20, 22, 26, 35, 36 y 37.

CLIMA ORGANIZACIONAL

Ítems 3, 4, 9, 10, 17, 21, 24, 27, 32, 33, 42, 43, 45, 48 y 50.

MOTIVACION

Ítems 8, 13, 16, 18, 30, 34, 36, 39, 40, 46 y 47.

CALIDAD EN EL SERVICIO

Ítems 5, 7, 23, 25, 28, 29, 31 y 38.

INSTRUMENTO

La medición se llevó a cabo mediante una escala de actitudes tipo Likert, utilizando para ello un continuo psicológico de cinco punto donde:

- 5 correspondió a TOTALMENTE DE ACUERDO,
- 4 correspondió a DE ACUERDO,
- 3 correspondió a INDIFERENTE,
- 2 correspondió a EN DESACUERDO y
- 1 correspondió a TOTALMENTE EN DESACUERDO.

METODO

Se realizó una investigación de campo de tipo exploratorio con el objeto de conocer cuales son los factores que influyen en la actitud de los trabajadores de servicios hacia su trabajo.

La población a investigar la constituyeron los trabajadores del sector salud que dan atención al público usuario en diferentes instalaciones del IMSS. Se utilizó un muestreo selectivo.

Como una primera aproximación a nuestro tema de investigación se elaboró una guía de entrevista (anexo 1), compuesta por once preguntas abiertas, tendientes a descubrir aspectos relacionados con el tema a investigar y que, a la vez, nos permitieron generar algunas ideas para las afirmaciones del cuestionario final. Se entrevistaron a tres enfermeras, a tres médicos y a dos asistentes médicas.

Con base en nuestro marco teórico, nuestras hipótesis y los

resultados de las entrevistas, se procedió a la elaboración de un cuestionario piloto (anexo 2), consistente en 50 ítems que, en teoría, abarcaban a los cuatro factores que influyen en la actitud hacia el trabajo; ésto es, la satisfacción, el clima organizacional, la motivación y la calidad en el servicio.

Dicho cuestionario se aplicó a 50 sujetos, trabajadores de servicios del IMSS, que tenían trato directo con el público (9 médicos, 19 enfermeras, 16 asistentes médicas y 6 auxiliares de oficina). El piloteo se llevó a cabo en tres diferentes clínicas del IMSS, pues resultó muy difícil recabar los 50 cuestionarios en una sóla, debido a que los trabajadores estaban muy ocupados en algunos casos y, en otros, simplemente se mostraron renuentes a contestar el cuestionario.

Para la discriminación de ítems se utilizó el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS), mediante el cual se llevaron a cabo diversos análisis factoriales y pruebas T-student (ver resultados) con la finalidad de probar las hipótesis del presente estudio.

Posteriormente, de acuerdo a los resultados obtenidos, se lograron identificar las siguientes definiciones con relación al cuestionario final:

DEFINICIONES CONCEPTUALES

MOTIVACION. Es el deseo de esforzarse más por alcanzar alguna meta u objetivo de la organización o institución en donde

se trabaje, buscando con esto la posibilidad de satisfacer algunas necesidades propias del trabajador.

MOTIVACION SOCIAL. Es el impulso de satisfacer necesidades que dependen del contacto con otros seres humanos.

MOTIVACION PERSONAL. Es el esfuerzo por mejorar el desempeño en circunstancias donde el reconocimiento es poco probable, desarrollando habilidades y potencialidades únicas del individuo.

MOTIVACION LABORAL. Es el impulso que tiene el trabajador de satisfacer necesidades de reconocimiento y aceptación dentro del ámbito laboral.

DEFINICION OPERACIONAL

En la definición operacional del factor motivación se encontraron tres subfactores, desglosados de la siguiente manera:

MOTIVACION HACIA EL TRABAJO

Subfactores	Items	*Signos
Social	1,3,5,16,17,21	+
	4,6,10,13,14,15	-
Personal	18,19,20	+
	12	-
Laboral	2,8,9	+
	7,11	-

*Los signos indican la forma como deberán ser evaluados e interpretados los items en el cuestionario final, para cada subfactor motivacional.

Muestreo. Se utilizó un muestreo selectivo. La muestra se obtuvo con base en la cantidad de trabajadores que asistieron a cursos en el Centro de Capacitación del IMSS durante la tercera semana de abril de 1993; el total fue de 220 trabajadores, de los cuales el 78% pertenecían al área de servicios, según datos obtenidos en el Centro. El tamaño de la muestra se eligió mediante el programa para calcular muestras NSAMPLE VER.1.0¹⁶, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(t^2 (p - q))}{e^2 + \frac{(t^2 (p - q))}{N}}$$

donde: n= tamaño de la muestra;
 t= valor T-student correspondiente al nivel de confianza deseado dado el tamaño de la población;
 p= proporción (conocida o supuesta) de casos en la población de interés con una característica específica;
 q= 1-p, o a la proporción de casos que no tienen la característica esperada;
 e= el nivel de error que se está dispuesto a correr;
 N= tamaño de la población de interés.

Con una variabilidad de 0.172= (p x 1-p), con un nivel de confianza de 90% y con un grado de error de 7.5%, la muestra fue de 60 sujetos.

¹⁶Investigación Psicosocial Aplicada. Programa para el cálculo ideal de una muestra NSAMPLE VER 1.0 (1993).

DATOS SOCIODEMOGRAFICOS			
Muestra: 60 personas que tienen trato con el público			
Sexo:	masculino	10	16.7 %
	femenino	50	83.3 %
Categoría:	médicos	1	1.7 %
	enfermeras	18	30. %
	asistentes médicas	6	10. %
	auxs. de oficina	3	5. %
	otros	32	53.3 %
Antigüedad:	hasta 5 años	17	28.3 %
	de 6 a 10 años	16	26.66%
	de más de 10 años	27	45. %
Aplicación del cuestionario:			
Lugar: México, D.F.			
Fecha: 13, 14 y 15 de abril de 1993			

Procedimiento. El cuestionario fue aplicado los días 13, 14 y 15 de abril de 1993 a los sujetos que asistieron a cursos en el Centro Nacional de Capacitación y productividad del IMSS. La aplicación se realizó en tres diferentes grupos (de aproximadamente 20 personas cada uno), ubicados en aulas amplias, adecuadamente iluminadas y bien ventiladas; cada sujeto contestó el cuestionario de forma individual y sentado en su butaca. El encuestador, después de identificarse e informar sobre la naturaleza del cuestionario, leía las instrucciones (ver anexo 3) y, posteriormente, preguntaba si había alguna duda, cuando la había la aclaraba y luego el grupo procedía a llenar el cuestionario.

Confiabilidad. Se midió mediante el modelo Alpha de

Cronbach, cuyo resultado debía ser $\geq .75$.¹⁷

Validez de construcción. Se midió mediante diversos análisis factoriales y pruebas T-student. En el caso del procedimiento de análisis factorial, las cargas factoriales para cada ítem debían ser mayores de .30, mientras que el valor de la prueba "T" debía ser ≥ 1.75 para cada afirmación.¹⁸ Además de cumplir los requisitos anteriores, todas las afirmaciones del cuestionario final tuvieron un nivel de significancia $< .05$.

Validez externa. Se obtuvo un nivel de confianza de 90%, con un grado de error de 7.5%.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Debido a que no se llevó a cabo una manipulación experimental de la variable independiente, ni se realizó una elección aleatoria de la muestra, se utilizó un diseño de investigación Ex-post-facto tendiente a descubrir relaciones entre la Variable Independiente (el trabajo) y la Variable Dependiente (la actitud de los trabajadores).

¹⁷Nadelstitcher. Técnicas para la construcción de cuestionarios de actitudes y opción múltiple (1983), p. 69.

¹⁸Ibíd, p. 25.

R E S U L T A D O S

Resultados del piloteo

Primero se llevó a cabo un análisis factorial que arrojó como resultado once factores que agrupaban a las respuestas de los sujetos. Se observó que los cuatro primeros factores tuvieron una varianza de más del 5%. Posteriormente, se corrió el programa con cuatro factores y con rotación de variables; se esperaba encontrar, teóricamente, que los factores formados correspondieran a los ítems de motivación, satisfacción, clima organizacional y calidad en el servicio (ver tabla 1).

ANALISIS FACTORIAL

Factor	Valor eigen	% varianza
1	12.42	31.1
2	3.94	9.9
3	2.97	7.4
4	2.67	6.7

Tabla 1.

Después de tener estos cuatro factores se corrieron las pruebas T-student y, debido a que las diferencias de las afirmaciones a probar en los factores 2, 3 y 4 no resultaron significativas, se encontró entonces que el factor de mayor influencia era sólo uno.

Posteriormente, de acuerdo al análisis de las afirmaciones de ese factor en particular, se observó su relación teórica con la motivación. Asimismo, una vez que se tuvo la seguridad de que un factor era el de mayor influencia en la actitud hacia el trabajo, y debido a la aparente diversidad en el sentido de las afirmaciones, se trató de buscar su relación interna. Para lograr

lo anterior se corrieron dos análisis factoriales más, uno con cuatro factores y otro con tres.

Finalmente, de acuerdo al análisis teórico de la motivación y a la agrupación de los tres factores, se encontró una relación de éstos con la motivación: personal, social y laboral. De esta manera se identificaron a tres subfactores de la motivación (tabla 2).

De los 50 ítems inicialmente probados, 31 calificaron para formar parte del cuestionario final. Sin embargo, debido a que no todos resultaron medir un mismo factor y a que no todos fueron significativos de acuerdo a la prueba T-student, sólo 21 de ellos conformaron el cuestionario final (tabla 3). De éstos, el nivel de confiabilidad obtenido por el modelo Alpha de Crombach fue de .8612.

CARGA FACTORIAL Y SIGNO DE LAS AFIRMACIONES

FACTOR MOTIVACION. Carga factorial		S U B F A C T O R E S		
V.	Afirmación	Social	Personal	Laboral
6	Le hace perder la calma.....	-.732		
17	Le agrada al permitirle conocer a mucha gente.....	.692		
15	Le hace sentirse incapaz de hacer algo de provecho.....	-.649		
16	Lo realiza con la satisfacción de ayudar a la gente.....	.598		
1	Es parte importante de su vida.....	.395		
5	Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la empresa.....	.712		
14	Le impide conseguir un mejor puesto.	-.593		
10	Empeora cuando lo comenta con sus compañeros.....	-.548		
4	Le hace sentirse molesto constantemente.....	.576		
21	Lo impulsa a dar su mejor esfuerzo..	.530		
3	Es agradable.....	-.482		
13	Es de poca ayuda a los usuarios.....	-.459		
20	Le estimula a aprender cosas nuevas.		.413	
19	Es emocionante.....		.474	
18	Le hace sentir que su opinión es valiosa.....		.355	
12	Le deprime.....		.597	
2	Contribuye a que ud. logre sus metas			-.310
7	Es aburrido.....			.307
9	Le impulsa a desarrollar sus habilidades.....			.420
11	Es molesto cuando ud. debe informar a los usuarios.....			-.349
8	Propicia el deseo de comunicarse con sus compañeros.....			.680

Tabla 2. V: Variable.

DISCRIMINACION FINAL DE AFIRMACIONES

(PROCEDIMIENTO PRUEBAS "T")

V.	Afirmación	Valor T	Nivel de signific.
1	Es parte importante de su vida.....	3.52	.004*
2	Contribuye a que ud. logre sus metas.....	4.41	.000*
3	Es agradable.....	4.48	.000*
4	Le hace sentirse molesto constantemente..	2.20	.038*
5	Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la empresa.....	4.81	.000*
6	Le hace perder la calma.....	5.34	.000*
7	Es aburrido.....	5.19	.000*
8	Propicia el deseo de comunicarse con sus compañeros.....	4.74	.000*
9	Le impulsa a desarrollar sus habilidades.	4.96	.000*
10	Empeora cuando lo comenta con sus compañeros.....	3.89	.001*
11	Es molesto cuando ud. debe informar a los usuarios.....	4.66	.000*
12	Le deprime.....	2.88	.010*
13	Es de poca ayuda a los usuarios.....	-2.49	.021*
14	Le impide conseguir un mejor puesto.....	4.44	.000*
15	Le hace sentirse incapaz de hacer algo de provecho.....	5.45	.000*
16	Lo realiza con la satisfacción de ayudar a la gente.....	3.78	.002*
17	Le agrada al permitirle conocer a mucha gente.....	3.27	.005*
18	Le hace sentir que su opinión es valiosa.	3.85	.002*
19	Es emocionante.....	3.88	.001*
20	Le estimula a aprender cosas nuevas.....	2.63	.019*
21	Lo impulsa a dar su mejor esfuerzo.....	3.09	.007*

Tabla 3. V: Variable.

* Indican diferencias significativas a un nivel de confiabilidad de 95%.

Resultados del cuestionario final

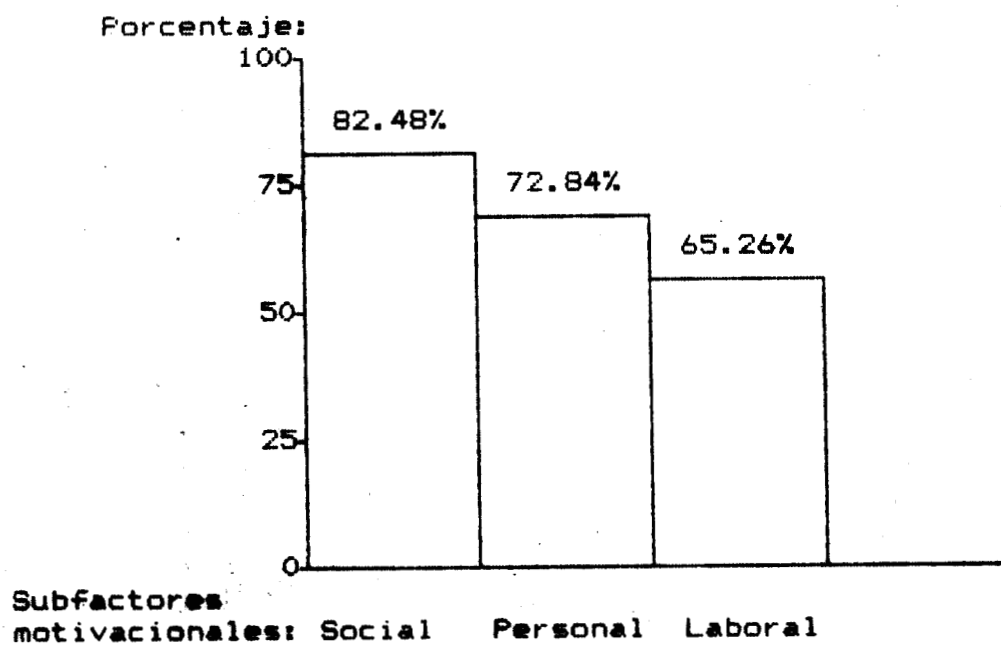
Con los datos obtenidos de la aplicación de 60 cuestionarios se obtuvo el valor de la media y de la desviación estándar de cada una de las variables, así como de cada uno de los factores. El subfactor social arrojó una media de 4.124, el personal de 3.642 y el laboral de 3.263. La media global del factor motivacional fue de 3.827 (tabla 4).

ACTITUD MOTIVACIONAL HACIA EL TRABAJO

V.	Afirmación	Media	Desviación estándar
17	Le agrada al permitirle conocer a mucha gente.....	4.633	.712
16	Lo realiza con la satisfacción de ayudar a la gente.....	4.600	.741
1	Es parte importante de su vida...	4.533	.769
21	Lo impulsa a dar su mejor esfuerzo.....	4.400	.960
13	Es de poca ayuda a los usuarios..	4.350	.899
15	Le hace sentirse incapaz de hacer algo de provecho.....	4.217	.976
5	Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la empresa.....	4.117	.958
6	Le hace perder la calma.....	3.900	1.100
14	Le impide conseguir un mejor puesto.....	3.783	1.250
10	Empeora cuando lo comenta con compañeros.....	3.667	1.311
4	Le hace sentirse molesto constantemente.....	3.450	1.268
3	Es agradable.....	2.117	.976
	SUBFACTOR SOCIAL	4.124	.594
20	Le estimula a aprender cosas nuevas.....	4.433	.890
19	Es emocionante.....	3.933	1.177
18	Le hace sentir que su opinión es valiosa.....	4.300	.997
12	Le deprime.....	1.900	1.069
	SUBFACTOR PERSONAL	3.642	.693
9	Le impulsa a desarrollar sus habilidades.....	4.233	.851
8	Propicia el deseo de comunicarse con sus compañeros.....	4.183	.948
11	Es molesto cuando ud. debe informar a los usuarios.....	3.883	1.277
2	Contribuye a que ud. logre sus metas.....	3.833	1.137
7	Es aburrido.....	1.900	1.020
	SUBFACTOR LABORAL	3.263	.436
	FACTOR MOTIVACIONAL	3.827	.397

Tabla 4. V: Variable.

HISTOGRAMA
Porcentajes de los subfactores motivacionales



ANALISIS DE RESULTADOS

En términos generales, podemos suponer que la actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo es favorable, ya que la media total obtenida fue de 3.827 (76.54%), lo cual, en la escala utilizada del 1 al 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo, ésta corresponde al intervalo 4 (de acuerdo). Por lo tanto, consideramos que la H_0 : La actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo es favorable podría ser aceptada y que la H_a : La actitud de los trabajadores de servicios ante su trabajo es desfavorable podría ser rechazada.

En cuanto a los resultados por subfactores, obtuvimos lo siguiente:

El subfactor motivación social arrojó una media de 4.124 (82.48%), la cual se encuentra dentro del intervalo 4 (de acuerdo).

El subfactor motivación personal obtuvo una media de 3.642 (72.84%), la cual cae dentro del intervalo 4 (de acuerdo).

El subfactor motivación laboral dio una media de 3.263 (65.26%), ésta cae dentro del intervalo 3 o de indiferencia.

Los datos anteriores nos llevan a suponer que, en cuanto a motivación, los subfactores que contribuyen a que la actitud de los trabajadores hacia su trabajo sea favorable son la motivación social y la motivación personal, ya que por lo que respecta a la motivación laboral, ésta cae en el intervalo de indiferencia.

Debido a que en los resultados del piloteo la carga factorial estuvo principalmente en el factor motivación, podemos

pensar que la motivación sí influye en la actitud hacia el trabajo; por lo tanto, podría aceptarse la Ho: La motivación de los trabajadores de servicios influye en su actitud hacia el trabajo y rechazarse la Ha: La motivación de los trabajadores de servicios no influye en su actitud hacia el trabajo.

En cuanto a nuestras hipótesis de trabajo correspondientes a clima organizacional, a satisfacción y a calidad en el servicio, nos vemos imposibilitadas para rechazar o aceptar alguna de ellas debido a que, dados los resultados del piloteo, estos factores tuvieron que ser eliminados del cuestionario final.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la presente investigación nos permiten observar que la motivación resulta de suma importancia para la actitud que los trabajadores de servicios tienen hacia su trabajo, ya que de los cuatro factores que teóricamente se esperaba encontrar, es el motivacional el que tiene mayor influencia en la actitud hacia el trabajo. Es importante mencionar que la motivación, así como la satisfacción, son estados internos del individuo; en cambio, los dos factores restantes (clima organizacional y calidad en el servicio) son elementos externos e influyen en el sujeto a través del ambiente que le rodea.

En general, consideramos que la actitud de los trabajadores hacia su trabajo es favorable, aunque cabe señalar que de los tres subfactores motivacionales, que son el social, el personal y el laboral, es el primero el que interviene en mayor medida en la formación de dicha actitud, posteriormente el personal, y en un menor grado el laboral.

Los datos relacionados con el subfactor social nos permiten suponer que el trabajador prefiere realizar sus funciones bajo aquellas situaciones o circunstancias que le brinden sentimientos de amistad, en donde las relaciones afectivas entre compañeros sean agradables, buscando también que les sea permitido expresar sus opiniones sobre cualquier tema, ya sea público o privado y no precisa o exclusivamente sobre su trabajo.

En este mismo subfactor las respuestas que los sujetos dieron a los ítems "Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la

empresa", "Le agrada al permitirle conocer a mucha gente" y "Lo realiza con la satisfacción de ayudar a la gente", nos permiten observar que los empleados de servicios ven a su trabajo como un medio efectivo de reconocimiento social, pues éste les permite tener contacto con gente que requiere de este tipo de servicios y también porque mediante la realización de sus funciones tienen la oportunidad de ayudar a la gente, sintiéndose así motivados socialmente para el desempeño de su trabajo.

El segundo subfactor de importancia motivacional es el personal, la media obtenida en este subfactor nos permite suponer que los trabajadores aún tienen cierto interés por realizar su trabajo guiándose por sus metas personales, sin darle importancia al reconocimiento o recompensas que puedan recibir por su esfuerzo (esto concuerda con el resultado de indiferencia correspondiente al subfactor motivación laboral); lo importante es lograr un crecimiento personal, superando los obstáculos que se presenten para la realización de su trabajo. La media obtenida en el ítem "Le estimula a aprender cosas nuevas" (4.433) no conduce a pensar que a los trabajadores les inquieta seguir aprendiendo cosas que contribuyan a su desarrollo personal laboral, aunque el esfuerzo que realicen no sea reconocido por sus jefes o por la institución.

Por lo que se refiere al tercer subfactor, el resultado no lleva a suponer que los trabajadores consideran que su trabajo no es reconocido y, por lo tanto, carecen de recompensas e incentivos que les motive a realizar su trabajo con entusiasmo.

Tomando en consideración lo antes expuesto, podemos sugerir que la actitud de los trabajadores de servicios del IMSS (comprendidos en la muestra) hacia su trabajo es favorable; sin embargo, podría mejorarse aún más si se les brindaran mayores estímulos laborales.

L I M I T A C I O N E S

Los principales problemas que se enfrentaron durante la realización de la presente investigación fueron el tiempo y la falta de recursos materiales y humanos.

El tiempo con el que se contó para la elaboración y terminación de este trabajo fue prácticamente de un trimestre, lo cual nos obligó a ajustarnos a este corto período de tiempo.

Por lo que se refiere a la falta de recursos, hubiera sido deseable poder contar con un mayor número de personas para el trabajo de campo, así como con el material de computo necesario.

En cuanto al factor "calidad en el servicio" (integrante de la calidad total), éste posiblemente pueda ser evaluado con efectividad a través de los usuarios de servicios o, en todo caso, puede ser la "motivación por competencia" la que evalúe la actitud del trabajador para realizar su trabajo concreto con calidad total.

B I B L I O G R A F I A

- Ander-Egg, Ezequiel. Diccionario de Trabajo Social, Ed. Ecro, Bs. As., 1974 (Cuadernos de Trabajo Social, 11), p. 259.
- Baena Paz, Guillermina. Calidad total en la educación superior, 3er. lugar Premio ensayo Fimpes 1991-1992, Marc Eds., México, 1992, pp. 11-34.
- Blalock, Hubert M. Estadística Social, tr. de Juan Naves, FCE, México, 1986, 3a. reimpr. de la 1a. ed. en inglés en 1960, pp. 22-37.
- Brown, J. A. C. La Psicología Social en la industria, tr. de Alfonso Corona Rentería, 6a. reimpr. de la 1a. ed. en esp. d e 1958 (1a. ed. en inglés en 1954), FCE, México, 1977 (breviarios), 377 pp.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 82a. ed., Porrúa, México, 1987, pp. 104-117.
- Davidoff, Linda L. Introducción a la Psicología, tr. de Pedro Rivera M., 2a. ed., McGraw Hill, México, 1988, pp. 376-410.
- Davis, Keith y John Newstrom. El comportamiento humano en el trabajo. Comportamiento Organizacional, 7a. ed., McGraw-Hill-Interamericana, México, 1990, pp. 113-136.
- Deming, W. Edwards. Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis, tr. del inglés por Jesús Nicolau, Eds. Díaz de Santos, Madrid, 1989, 1a. ed. en inglés en 1982, pp. 131-192, 361-367.
- Gutiérrez, Julio. "La Calidad Total", en Los empresarios y la modernización económica de México, M. A. Porrúa, México, 1991, pp. 257-268.
- Ishikawa, Kaoru. ¿Qué es el Control Total de Calidad? La modalidad japonesa, tr. del japonés por David J. Lu, 1a. ed., Ed. Norma, Colombia, 1986, pp. 40-96.
- Kerlinger, Fred N. Behavioral research. A conceptual approach, U.S.A., 1979, pp. 29-44.
- Kerlinger, Fred N. Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología, tr. del inglés por José R. Blengio y José C. Pecina, 2a. ed., Interamericana, México, 1987, pp. 214-265.

- Marx, Karl. El Capital, t. I, Vol. 1, 18a. ed., Siglo XXI, México, 1990 (Biblioteca del Pensamiento Socialista), pp. 213-218.
- Nadelsticher Mitrani, Abraham. Técnicas para la construcción de cuestionarios de actitudes y opción múltiple, Instituto Nal. de Ciencias Penales, México, 1983, 158 pp.
- Padua, Jorge. Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales, 4a. reimpr. de la 1a. ed. en 1979, FCE, México, 1992. 360 pp.
- Perlman, Daniel y P. Chris Cozby. Psicología Social, Ed. Interamericana, México, 1988, pp. 71-92.
- Robbins, Stephen P. Comportamiento Organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones, tr. del inglés por Rosa Ma. Rosas S., 3a. ed., Ed. Prentice-Hall-Hispanoamericana, México, 1992, pp. 93-114.
- Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales, UNAM, México, 1985, 280 pp.
- Schmelkes, Carina. Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis), Ed. Harla, México, 1988 (Colec. textos universitarios en ciencias sociales), 214 pp.
- Siegel, Sidney. Estadística no paramétrica, tr. del inglés por Javier Aguilar Villalobos, Ed. Trillas, México, 1975, 1a. ed. en inglés en 1956, pp. 19-55.
- Strauss, George y Leonard R. Sayles. Personal. Los problemas humanos de la dirección, tr. del inglés por Ramón Plazón, 14a. ed. de la 1a. ed. en 1960, Herrero hnos., México, 1976, pp. 4- 37.

H E M E R O G R A F I A

Charles C., Mercedes y Mariana Betancourt. "Servir o Morir", Noti-Confía (México, D.F.), abril-mayo de 1990, núm. 1, pp. 4-5.

Orozco, Miguel A. "TLC: del dicho al hecho", Epoca (México, D.F.), 17 de agosto de 1992, núm. 63, pp.33-34.

145474

74

A P E N D I C E

GUIA DE ENTREVISTA

01. ¿Tiene ud. trato directo con el derechohabiente?

Categoría:

02. ¿En qué consisten específicamente sus funciones?

03. ¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

04. ¿Qué es lo que menos le gusta de su trabajo?

05. ¿Qué tan satisfecho se siente ud. con el trabajo que realiza?

06. ¿Qué tipo de apoyo o incentivos recibe ud. por parte de la
Institución?

07. ¿Cuenta con el material necesario para el desempeño de sus
funciones?

08. ¿Considera ud. que lo que gana está en proporción con lo que
hace?

09. ¿Qué estaría dispuesto a hacer para mejorar el servicio, para
superarse?

10. ¿Qué tanta cooperación recibe ud. de los demás para realizar
su trabajo?

11. ¿Qué tanta cooperación brinda a los demás para que ellos
realicen con eficiencia sus funciones.

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Folio _____

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará una serie de afirmaciones que algunas personas como usted han expresado sobre el trabajo que desempeñan actualmente. Lea cada una de ellas y marque con una equis (X) la opción que mejor represente el grado en que está usted de acuerdo con cada una de ellas. No existen respuestas buenas ni malas. Le anticipamos que la valiosa información que nos proporcione será manejada de manera estrictamente confidencial. Elija sólo una opción y no deje ninguna afirmación sin contestar. Le agradecemos su colaboración.

Conteste de acuerdo a la siguiente lista de opciones:

TOTALMENTE DE ACUERDO.....[5]
 DE ACUERDO.....[4]
 INDIFERENTE.....[3]
 EN DESACUERDO.....[2]
 TOTALMENTE EN DESACUERDO....[1]

 CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA) . (A) .. (I) .. (ED) . (TD)

1. Le resulta ameno..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)
2. Le hace sentirse fracasado al
 limitar su desarrollo personal..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)
3. Le impide actuar con iniciativa
 propia..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)
4. Es organizado adecuadamente por su
 jefe inmediato..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)
5. Le gusta enriquecerlo con cursos
 de capacitación..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)
6. Le provoca angustia..... (5) .. (4) .. (3) .. (2) .. (1)

CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA). (A).. (I).. (ED).. (TD)

7. Lo realiza contando con el material necesario..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
8. Es parte importante de su vida..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
9. Es estimulado por su jefe inmediato (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
10. Es de utilidad para la empresa en la que usted trabaja..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
11. Contribuye a que usted logre sus metas..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
12. Es agradable..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
13. Es rutinario..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
14. Le hace sentirse molesto constantemente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
15. Le causa enojo..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
16. Le imposibilita desarrollar su creatividad..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
17. Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la empresa..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
18. Le impide vivir bien..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
19. Le hace perder la calma..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
20. Es aburrido..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
21. Propicia el deseo de comunicarse con sus compañeros..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
22. Le impulsa a desarrollar sus habilidades..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)

CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA). (A).. (I).. (ED).. (TD)

7. Lo realiza contando con el material necesario..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
8. Es parte importante de su vida..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
9. Es estimulado por su jefe inmediato (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
10. Es de utilidad para la empresa en la que usted trabaja..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
11. Contribuye a que usted logre sus metas..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
12. Es agradable..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
13. Es rutinario..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
14. Le hace sentirse molesto constantemente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
15. Le causa enojo..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
16. Le imposibilita desarrollar su creatividad..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
17. Le hace sentirse orgulloso de pertenecer a la empresa..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
18. Le impide vivir bien..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
19. Le hace perder la calma..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
20. Es aburrido..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
21. Propicia el deseo de comunicarse con sus compañeros..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
22. Le impulsa a desarrollar sus habilidades..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)

CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA) (A) (I) (ED) (TD)

23. Le gusta hacerlo sin errores..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
24. Empeora cuando lo comenta con
sus compañeros..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
25. Es molesto cuando usted debe in-
formar a los usuarios..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
26. Le deprime..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
27. Es entorpecido por sus jefes..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
28. Le gusta hacerlo con amabilidad.... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
29. Es de poca ayuda a los usuarios.... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
30. Le permite comprender cosas nuevas
cada día..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
31. Lo hace sin necesidad de entender
los problemas de los usuarios..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
32. Le impide conseguir un mejor puesto(5)..(4)..(3)..(2)..(1)
33. Le hace sentirse incapaz de hacer
algo de provecho..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
34. Le da el reconocimiento de otras
personas..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
35. Hace que se sienta incómodo..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
36. Es gratificante..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
37. Hace que se sienta contento..... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
38. Le gusta hacerlo sin perder el
tiempo atendiendo a los usuarios... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)
39. Dificulta su superación personal... (5)..(4)..(3)..(2)..(1)

CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA). (A).. (I).. (ED).. (TD)

40. Le aburre al sentir que el tiempo
transcurre lentamente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
41. Es novedoso..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
42. Lo realiza con la satisfacción de
ayudar a la gente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
43. Es pagado injustamente de acuerdo a
lo que hace..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
44. Le agrada al permitirle conocer
a mucha gente... .. (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
45. Le hace sentir que su opinión es
valiosa..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
46. Es emocionante..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
47. Le estimula a aprender cosas nuevas (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
48. Le frustra al dificultarle la posi-
bilidad de un ascenso..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
49. Lo impulsa a dar su mejor esfuerzo. (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
50. Está bien pagado..... (5) . (4).. (3).. (2).. (1)

PARA PROPOSITOS DE CLASIFICACION ANOTE LOS SIGUIENTES DATOS:

Sexo M() F()	Categoría _____	Antigüedad _____
¿Tiene trato directo con el público? SI() NO()		

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Folio _____

INSTRUCCIONES

A continuación encontrará una serie de afirmaciones que algunas personas como usted han expresado sobre el trabajo que desempeñan actualmente. Lea cada una de ellas y marque con una equis (X) la opción que mejor represente el grado en que está usted de acuerdo con cada una de ellas. No existen respuestas buenas ni malas. Le anticipamos que la valiosa información que nos proporcione será manejada de manera estrictamente confidencial. Elija sólo una opción y no deje ninguna afirmación sin contestar. Le agradecemos su colaboración.

Conteste de acuerdo a la siguiente lista de opciones:

TOTALMENTE DE ACUERDO.....[5]
 DE ACUERDO.....[4]
 INDIFERENTE.....[3]
 EN DESACUERDO.....[2]
 TOTALMENTE EN DESACUERDO....[1]

 CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

- (TA). (A).. (1).. (ED). (TD)
1. Es parte importante de su vida..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 2. Contribuye a que usted logre sus
 metas..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 3. Es agradable..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 4. Le hace sentirse molesto
 constantemente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 5. Le hace sentirse orgulloso de per-
 tener a la empresa..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 6. Le hace perder la calma..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 7. Es aburrido..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
 8. Propicia el deseo de comunicarse
 con sus compañeros..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)

CONSIDERA USTED QUE SU TRABAJO.....

(TA). (A).. (I).. (ED).. (TD)

9. Le impulsa a desarrollar sus habilidades..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
10. Empeora cuando lo comenta con sus compañeros..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
11. Es molesto cuando usted debe informar a los usuarios..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
12. Le deprime..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
13. Es de poca ayuda a los usuarios.... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
14. Le impide conseguir un mejor puesto(5).. (4).. (3).. (2).. (1)
15. Le hace sentirse incapaz de hacer algo de provecho..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
16. Lo realiza con la satisfacción de ayudar a la gente..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
17. Le agrada al permitirle conocer a mucha gente... .. (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
18. Le hace sentir que su opinión es valiosa..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
19. Es emocionante..... (5).. (4).. (3).. (2).. (1)
20. Le estimula a aprender cosas nuevas(5).. (4).. (3).. (2).. (1)
21. Lo impulsa a dar su mejor esfuerzo. (5).. (4).. (3).. (2).. (1)

PARA PROPOSITOS DE CLASIFICACION ANOTE LOS SIGUIENTES DATOS:

Sexo M() F()	Categoría _____	Antigüedad _____
¿Tiene trato directo con el público? SI() NO()		