

Los modelos de Rasch en Administración de Empresas. Aplicaciones avanzadas

Coordinación:

Jaime Febles Acosta

Equipo de investigadores:

Pedro Álvarez Martínez

Yaiza Armas Cruz

Francisco García Rodríguez

Juan Ramón Oreja Rodríguez

Margarita Calvo Aizpuru

Zenona González Aponcio

Antonia M^a Gil Padilla

José A. García de Paredes Pérez

Ricardo J. Díaz Armas

Ana M^a García Pérez

José Antonio Lastres Segret

Mariangélica Cadagan García

José Manuel Núñez Gorrín

Diana Martín Azami

Isabel Montero Muradas

Teodoro Ravelo Mesa

María Carmen Moreno Perdigón

Moulaye Ahmed Ould Ahmed Deoula

M^a Ángeles Sanfiel Fumero

Ángel Ramos Domínguez

Vanessa Yanes Estévez

F Y D E
CajaCanarias 
FUNDACION FORMACION
Y DESARROLLO EMPRESARIAL


IUDE

© 2008 Fundación FYDE-CajaCanarias (Edición)

© 2008 Los autores

Prohibida la reproducción total o parcial de este libro ni su incorporación a sistema informático alguno, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio sin el permiso escrito de los autores.

Edita:

Fundación FYDE-CajaCanarias

Avda. Reyes Católicos, 31. 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Tfno.: 922 22 78 35

Fax: 922 22 77 18

e-mail: administracion@fyde-cajacanarias.es

<http://www.FYDE-CajaCanarias.es>

ISBN: 978-84-690-8172-3

Depósito Legal: TF-019/08

Fotomecánica e impresión:

Litografía Gráficas Sabater, S.L.

PRESENTACIÓN

La innovación es uno de los pilares fundamentales en el que las empresas deben apoyarse para avanzar en la senda de la competitividad. Introducir nuevas maneras de hacer, nuevos productos o servicios, nuevas estructuras organizativas o nuevas técnicas de gestión, son objetivos que deben interiorizar las empresas en sus modelos de gestión. La investigación que desarrollan las universidades debe ser un elemento más que ayude a las empresas en ese proceso dinámico de innovación.

El presente libro constituye un ejemplo de la importante contribución que puede hacer la investigación universitaria a la mejora de la gestión empresarial. En él se recoge un conjunto de trece artículos que tienen como nexo común la aplicación del modelo de Rasch, como herramienta de análisis, a estudios de diferentes áreas de la administración de empresas.

Este método probabilístico de medición de variables latentes, desarrollado por el matemático danés Georg Rasch, se ha venido utilizando, principalmente, en psicología, ciencias de la salud y de la educación. Los desarrollos de aplicaciones a la gestión empresarial pueden ayudar a las empresas a determinar la dirección a seguir en sus diferentes áreas funcionales, organizativas y estratégicas.

Esta publicación es el resultado de una investigación que ha sido coordinada por el profesor del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna, D. Jaime Febles Acosta, en la que participa un grupo de veintiún investigadores de las Universidades de La Laguna y de Las Palmas de Gran Canaria, integrados en el Instituto Universitario de la Empresa (IUDE), además de la participación especial de D. Pedro Álvarez Martínez, catedrático del Departamento de Economía Aplicada y Organización de Empresas de la Universidad de Extremadura, que constituye uno de los principales especialistas de este método en las Universidades Españolas.

Es destacable también la participación del catedrático del Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna, D. Juan Ramón Oreja Rodríguez, quien, de forma precursora, ha promovido la aplicación de este modelo en la administración de empresas, estimulando la creación de equipos de investigación, organizando talleres de reflexión y discusión, que han motivado el desarrollo de esta metodología en el campo empresarial.

Este importante impulso a la aplicación de esta metodología en la administración de empresas ha sido reconocido por el profesor de la Universidad de Sydney, John Michael Linacre, uno de los máximos exponentes en esta metodología a nivel mundial, en el prólogo que ha realizado en este libro.

Desde la Fundación FYDE-CajaCanarias queremos expresar nuestra más sincera felicitación a este amplio equipo de investigadores por su contribución a situar la investigación que se desarrolla en las Universidades Canarias en las más altas cotas de la producción científica internacional. Asimismo queremos manifestar nuestro agradecimiento al IUDE, por colaborar con la Fundación FYDE-CajaCanarias, para hacer posible esta publicación, que tiene como objetivo último el avance en el conocimiento científico y el apoyo al desarrollo del tejido empresarial canario.

Rodolfo Núñez Ruano
Presidente Fundación FYDE-CajaCanarias

PRESENTACIÓN

Este libro recoge los resultados de la investigación llevada a cabo en el seno del Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna (IUDE), sobre los avances en la aplicación de los Modelos de Rasch en Administración de Empresas, bajo la coordinación, como investigador principal, del profesor Dr. D. Jaime Febles Acosta. Este proyecto se llevó a cabo mediante un convenio de investigación entre la Universidad de La Laguna y la Fundación Canaria para la Formación y el Desarrollo Empresarial de CajaCanarias (FYDE-CajaCanarias).

Los distintos grupos de investigación que se encuentran integrados en el IUDE: Análisis Estratégico (GIAE), Sistemas y Tecnologías de la Información aplicables a la empresa (GISTIAE), Laboratorio de Análisis del Turismo (TURI-LAB), Empresa y Sociedad (EYS), Eficiencia, Recursos Estratégicos y Ventaja Competitiva, Estrategias de Producción y Operaciones de la empresa, así como investigadores integrados a nivel individual, que están vinculados a los Departamentos de Economía y Dirección de Empresas de las Universidades de La Laguna y Las Palmas de Gran Canaria, Departamento de Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría de la Universidad de La Laguna y Departamento de Matemáticas de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, han invertido un largo periodo de su formación e investigación en el desarrollo de la metodología de Rasch aplicándola a la Administración de Empresas, en sus diferentes campos científicos. En el libro se presentan avances apreciables, no sólo en la interpretación de las medidas obtenidas en los análisis conjuntos de sujetos e ítems, sino en su utilización posterior mediante las técnicas estadísticas adecuadas a los distintos diseños de investigación llevados a cabo.

Para el IUDE es un motivo de satisfacción la posibilidad que nos proporciona FYDE-CajaCanarias para poner a disposición de la Sociedad Canaria un avance en la investigación empírica de la que el Instituto, como centro de investigación, es pionero no sólo a nivel nacional sino internacional, como evidencia el prólogo de este volumen firmado por el Professor John Michael Linacre,

de la Universidad de Sydney. Este camino se sigue ampliando cada año con nuevos avances derivados del éxito de participación de ponencias que se vienen obteniendo en la celebración en la Universidad de La Laguna de los Workshops sobre Modelos de Rasch en Administración de Empresas.

El IUDE quiere agradecer a sus investigadores el esfuerzo realizado, al profesor Dr. D. Jaime Febles Acosta la coordinación llevada a cabo y a la Fundación FYDE-CajaCanarias su apoyo en el desarrollo de la aplicación de esta metodología para el análisis y diagnóstico de los problemas empresariales.

Isabel Montero Muradas
Directora del Instituto Universitario de la Empresa
Universidad de La Laguna

ÍNDICE

PRÓLOGO:	11
<i>John “Mike” Linacre</i>	
INTRODUCCIÓN: LOS MODELOS DE RASCH EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	15
<i>Jaime Febles Acosta</i>	
CAPÍTULO I: EL MODELO RASCH COMO HERRAMIENTA PARA OBTENER UNA ÚNICA PRIORIDAD ENTRE VARIAS	25
<i>Pedro Álvarez Martínez</i>	
I.1. Introducción	27
I.2. Formularios de Rasch	30
I.3. Resultados	32
I.3.1. Medidas de las universidades. Desajustes.....	33
I.3.2. Medida de los indicadores. Desajustes.....	35
I.4. Conclusiones	36
Referencias bibliográficas	37
CAPÍTULO II: CONFIGURACIÓN ESTRATÉGICA A PARTIR DEL REN- DIMIENTO AMBIENTAL: UN ANÁLISIS APLICADO A LA EMPRESA HOTELERA CANARIA	39
<i>Yaiza Armas Cruz</i>	
<i>Francisco García Rodríguez</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
II.1. Introducción	41
II.2. El rendimiento ambiental como medida del “Resultado Medioambien- tal” de las Organizaciones	42
II.3. Estudio Empírico	44
II.3.1. Metodología	44
II.4. Resultados	49
II.4.1. Descripción de los conglomerados obtenidos.....	49
II.4.2. Comportamiento estratégico de los conglomerados respecto al RAM	51
II.5. Conclusiones	52
Bibliografía.....	53
CAPÍTULO III: VISIÓN DE LOS RESPONSABLES DE LAS TECNOLO- GÍAS DE LA INFORMACIÓN SOBRE SUS CATEGO- RÍAS Y USOS EN LAS PYMÉS	57
<i>Margarita Calvo Aizpuru</i>	
<i>Zenona González Aponcio</i>	
<i>Antonia M^a Gil Padilla</i>	

III.1. Introducción.....	59
III.2. Marco teórico.	60
III.3. Objetivo y metodología de la investigación	62
III.4. Resultados	66
III.5. Conclusiones	70
Referencias bibliográficas.....	71
Anexo.....	74

CAPÍTULO IV: LOS VALORES SUBYACENTES DE LA CULTURA ESTRATÉGICA DE LAS PYMEs CANARIAS Y SU ADECUACIÓN A LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, EL ESTILO DE DIRECCIÓN Y LAS DIMENSIONES ORGANIZATIVAS.	75
---	----

Jaime Febles Acosta

Juan Ramón Oreja Rodríguez

IV.1. Introducción	77
IV.2. Fundamentos teóricos	77
IV.3. Metodología	82
IV.4. Análisis de resultados.....	84
IV.4.1. Trabajar en equipo	85
IV.4.2. El aprendizaje.....	86
IV.4.3. Compromiso	87
IV.4.4. Eficacia versus adaptabilidad y versus excelencia.....	88
IV.4.5. Autonomía en el trabajo.....	89
IV. 5. Conclusiones.....	90
Bibliografía.....	91
Anexo.....	93

CAPÍTULO V: LA CAPACIDAD DE RELACIONARSE CON EL CLIENTE EN LAS EMPRESAS ALOJATIVAS DE TURISMO RURAL DE TENERIFE, EL TIPO DE ALOJAMIENTO.....	97
--	----

José A. García de Paredes Pérez

Ricardo J. Díaz Armas

Juan Ramón Oreja Rodríguez

V.1. Introducción	99
V.2. La obtención de ventajas competitivas en la empresa.....	99
V.3. Contribución de las capacidades de marketing a la creación y entrega de valor superior al cliente	101
V.3.1. Las Capacidades de marketing: el conocimiento y la relación con los mercados.....	102
V.4. Capacidad de relacionarse con el mercado en Alojamiento Rurales.....	103
V.5. Objetivo	105

V.6. Metodología	105
V.6.1. Cuestionario	106
V.6.2. Diseño muestral.....	107
V.7. Resultados	108
V.7.1. Contraste de diferenciación, en las capacidades, entre casas y hoteles rurales	109
V.7.2. Propuesta de mejoras y tareas a realizar para mejorar la capacidad	112
V.8. Conclusiones	114
Bibliografía.....	116

CAPÍTULO VI: LA COMUNICACIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTROS AGROALIMENTARIA EN CANARIAS

119

*Ana M^a García Pérez**Juan Ramón Oreja Rodríguez*

VI.1. Introducción	121
VI.2. Las redes de comunicación y la cadena de suministros agroalimentaria	123
VI.3. Planteamiento teórico.	125
VI.4. Metodología y diseño de la investigación	128
VI.5. Resultados de la investigación.	130
VI.6. Conclusiones	132
Bibliografía.....	134

CAPÍTULO VII: LA PRESENCIA EN INTERNET DE LAS EMPRESAS CANARIAS: UNA APROXIMACIÓN MEDIANTE ANÁLISIS ESTADÍSTICOS Y EL MODELO DE RASCH

139

*Zenona González Aponcio**Margarita Calvo Aizpuru*

VII.1. Introducción	141
VII.2. Alcance de los negocios realizados sobre Internet para las empresas de regiones ultraperiféricas	142
VII.3. Objetivo y metodología de la investigación.....	144
VII.4. Resultados	147
VII.5. Conclusiones	158
Referencias bibliográficas	159

CAPÍTULO VIII: MARKETING INTERNO: CALIDAD DE VIDA LABO- RAL Y LA REMUNERACIÓN. UN ANÁLISIS EFECTUA- DO BAJO LA APLICACION DEL MODELO DE RASCH

161

*José Antonio Lastres Segret**Mariangélica Cadagan García**José Manuel Núñez Gorrín*

VIII.1. Introducción	163
VIII.2. Revisión de la literatura	163
VIII.3. Hipótesis de la investigación	166
VIII.4. Metodología	166
VIII.5. Análisis de los resultados de la investigación	167
VIII.6. Conclusiones.....	168
Referencias bibliográficas	169
Anexos	170

CAPÍTULO IX: MEDIDA Y ANÁLISIS DE LA FIDELIDAD DEL TURISTA
A UN DESTINO MEDIANTE EL MODELO RASCH173
Diana Martín Azami

IX.1. Introducción	175
IX.2. Marco conceptual	176
IX.3. Diseño de la investigación	177
IX.4. Aplicación del modelo RASCH a la fidelidad del turista	179
IX.5. Conclusiones.....	185
IX.6. Limitaciones y líneas de investigación futuras	186
Bibliografía.....	187

CAPÍTULO X: ANÁLISIS DE LA COOPERACIÓN ENTRE ARTISTAS Y
GALERIAS EN EL MERCADO DEL ARTE191
Isabel Montero Muradas
Juan Ramón Oreja Rodríguez

X.1. Introducción	193
X.2. Marco teórico	194
X.3. Metodología de investigación	198
X.4. Análisis de resultados.....	200
X.5. Conclusiones	206
Bibliografía.....	207

CAPÍTULO XI: BENCHMARKING ESTRATÉGICO ENTRE LOS DESTI-
NOS TURÍSTICOS DE TENERIFE: ANÁLISIS DE LOS
FACTORES QUE DETERMINAN SU CAPACIDAD DE
ATRACCIÓN213
Teodoro Ravelo Mesa
María Carmen Moreno Perdigón
Juan Ramón Oreja Rodríguez
Moulaye Ahmed Ould Ahmed Deoula

XI.1. Introducción	215
XI.2. Metodología	216

XIII.4.2. Nociones básicas sobre la metodología del Rasch (1960,1980)	260
XIII.4.3. Escala de medición: diseño y calibración del cuestionario	261
XIII.5. Resultados	263
XIII.5.1. Análisis <i>Rack</i> de los datos.....	264
XIII.5.2. Análisis <i>Stack</i> de los datos	266
XIII.6. Conclusiones y líneas futuras de investigación.....	268
Referencias bibliográficas.....	270