

Taller: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN PYMES

1. Fuentes de información para la investigación
2. Construcción de escalas
3. Diseño del cuestionario
4. Elaboración de artículos de investigación
5. Evaluación y publicación de la investigación

Dr. Antonio Aragón Sánchez

Profesor Titulares de Universidad
Dpto. Organización de Empresas y Finanzas. Universidad de Murcia,
España. 8 Mayo 2013

Fuentes de información para la investigación

FUENTES DE INFORMACIÓN: Todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia.

(1) PRIMARIAS

Información original obtenida por el propio investigador con el fin de contrastar sus hipótesis

(2) SECUNDARIAS

1. Información primaria sintetizada y organizada por otros investigadores o por instituciones oficiales
2. Se utilizan cuando no es posible contar con información primaria por tener recursos limitados o por contar con información oficial fiable

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- Discriminar y seleccionar entre distintas fuentes
- La masificación de la información desborda nuestra capacidad para absorberla. ¿Cómo seleccionar y sintetizar la información que necesitamos?
- Leer, entender, comparar, evaluar... para seleccionar
- Ser coherente, imparcial, honesto, límites temporales, ... es una exigencia

Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura

■ Fuentes de información documental:

■ Consulta a expertos en el área a investigar...

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

■ Información Secundaria: Bases de Datos

■ Información Primaria: entrevistas y encuestas... ¡cuestionario!



Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura

■ Fuentes de información documental:

- Internet: motor de búsqueda**
- Publicaciones periódicas: Revistas en Hemerotecas y Bibliotecas
 - Bases de datos: Abi-Inform, ISI, Econlit, Isoc, Scopus, ...)
 - Portales revistas electrónicas: Science Direct, Ebsco, Emerald, ...
 - Monografías
 - Working-papers
 - Tesis (TESEO). Tesis doctorales en curso.
 - Actas de congresos y de workshops

■ Consulta a expertos en el área a investigar...

- Literatura pertinente
- Fuentes secundarias

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

■ Información Secundaria: Bases de Datos

■ Información Primaria: entrevistas y encuestas... ¡cuestionario!



Fuentes de información para la investigación

CONTENIDO

Información general

Biblioteca digital

- Catálogos

- Bibliografía recomendada

- Revistas electrónicas

- Bases de datos

- Libros electrónicos

- Índices de impacto

- Guías Temáticas

- Metabuscador

- Gestores bibliográficos

- Boletines oficiales

- Web social

- Biblioteca Saavedra Fajardo

Servicios docencia

Servicios investigación

Archivo Universitario

Depósitos digitales UMU

Formación de usuarios

Servicio de Prontidad

Biblioteca

Bases de datos

Condiciones generales de uso

Acceso a los recursos BUMU desde el exterior

Estadísticas de uso de bases de datos

Listado Alfabético de Bases de Datos

Nombre	Materia	Tipo de Acceso	Información
ABI INFORM COMPLETE (Abstract & texto completo)	Ciencias Sociales y Jurídicas	Internet Restringido IP	
Academic Search Premier	Multidisciplinar	Internet restringido IP UM	
Accounting and Tax	Ciencias Sociales y Jurídicas	Internet Restringido IP	
Admyte	Artes y Humanidades	Local (Nebrija)	
Année Philologique (APH)	Artes y Humanidades	Internet Restringido IP	



Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura

■ Fuentes de información documental:

- Publicaciones periódicas: Revistas en Hemerotecas y Bibliotecas
 - Bases de datos: Abi-Inform, ISI, Econlit, Isoc, Scopus, ...
 - Portales revistas electrónicas: Science Direct, Ebsco, Emerald, ...
 - Monografías
 - Working-papers
 - Tesis (TESEO). Tesis doctorales en curso.
 - Actas de congresos y de workshops
- Consulta a expertos en el área a investigar...
- Literatura pertinente
 - Fuentes secundarias


CONTRASTE DE HIPÓTESIS

■ Información Secundaria: Bases de Datos

■ Información Primaria: entrevistas y encuestas... ¡cuestionario!



Fuentes de información para la investigación



english euskara

Biblioteca-Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación (GRAI)


Buscar en el Sitio

MU Sobre nosotros Servicios Recursos de información Cómo buscar Aprendizaje y Biblioteca

Inicio > Biblioteca > Recursos de información > Otros catálogos > Bases de datos de Tesis doctorales

Bases de datos de Tesis doctorales

<ul style="list-style-type: none"> Catálogos > <ul style="list-style-type: none"> ▫ Catálogo ▫ Otros catálogos Bases de datos > Revistas electrónicas > Libros electrónicos > Sumarios electrónicos > E-Prints > Open Course Ware (OCW) > Diccionarios y enciclopedias > 	<p>Teseo: base de datos de tesis leídas en universidades españolas</p> <p>Tesis digitales de las Universidades españolas: Tesis doctorales en formato electrónico y a texto completo leídas en Universidades españolas e internacionales</p> <p>Uniersia-Tesis doctorales: acceso a enlaces sobre tesis doctorales nacionales e internacionales</p> <p>Digital Library of MIT Theses: base de datos de tesis doctorales del MIT (texto completo)</p> <p>Networked digital library of thesis and dissertations: base de datos que nace en 1996 y que recoge las tesis presentadas en más de 122 universidades</p> <p>Thésés-EN-ligne: Servidor de tesis de temática multidisciplinar. (Texto completo). Es una iniciativa del Centre pour la Communicaiton Scientifique Directe (CCSD) y la Cellulle MathDoc</p> <p>DART-Europe es una asociación de bibliotecas de investigación y de consorcios bibliotecarios que trabaja conjuntamente para la mejora del acceso global a las tesis doctorales europeas.</p> <p>Prende facilitar a los investigadores un único portal europeo para el acceso a tesis electrónicas, y ofrece a sus socios un forum europeo para cuestiones relacionadas con éstas.</p>
---	--



Fundación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme

Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura


Internet: motor de búsqueda

- Fuentes de información documental:
 - Publicaciones periódicas: Revistas en Hemerotecas y Bibliotecas
 - Bases de datos: Abi-Inform, ISI, Econlit, Isoc, Scopus, ...)
 - Portales revistas electrónicas: Science Direct, Ebsco, Emerald, ...
 - Monografías
 - Working-papers
 - Tesis (TESEO). Tesis doctorales en curso.
 - Actas de congresos y de workshops
- Consulta a expertos en el área a investigar...
 - Literatura pertinente
 - Fuentes secundarias

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

- Información Secundaria: Bases de Datos

- Información Primaria: entrevistas y encuestas... ¡cuestionario!



Fundación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme

Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura

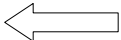
■ Fuentes de información documental:

- Internet**
- Publicaciones periódicas
 - Monografías
 - Working-papers
 - Tesis
 - Actas de congresos y de workshops

■ Consulta a expertos en el área a investigar...

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

■ Información Secundaria: Bases de Datos

- Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE) 
<http://www.fundacionsepi.es/esee/sp/presentacion.asp>

- SABI: Análisis Financiero, Sectores, 15 años, ...
<http://www.informa.es/soluciones-financieras/sabi>
- ...

■ Información Primaria: entrevistas y encuestas... ¡cuestionario!



Fuentes de información para la investigación



FUNDACIÓN SEPI

Perfil del contratante | Licitaciones | Contacto | Mapa Sitio



domingo, 30 de septiembre d

Inicio | Conózcamos | Colegio Mayor | Becas de Inserción Laboral | ESEE | CIEA | Revistas | Noticias |

Presentación | Artículos científicos basados en la ESEE | Tesis doctorales y tesinas basadas en la ESEE | Ponencias basadas en la ESEE
Informes ESEE 1998-2010 | Algunos resultados de la ESEE | Acceso a microdatos para los investigadores



ENCUESTA SOBRE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (ESEE)

¿QUÉ ES LA ESEE?

La Fundación SEPI realiza anualmente una encuesta de panel dirigida a empresas industriales manufactureras radicadas en España, denominada Encuesta sobre Estrategias Empresariales. La ESEE tiene su origen en un acuerdo suscrito en el año 1990 entre el Ministerio de Industria y la Fundación SEPI, que se responsabilizó del diseño, control y realización de la encuesta. Desde esa fecha se ha encuestado una media anual de 1800 empresas manufactureras a partir de un cuestionario de 107 preguntas, con más de 500 campos, que incorpora así mismo información sobre sus cuentas de resultados y balances contables. La Fundación preserva la consistencia y calidad de la serie y también produce el informe y las tablas estadísticas.

Una de las características que diferencia a la ESEE de otras estadísticas sobre empresas es su objetivo explícito de generar información con una estructura de panel. Al ser las empresas entidades complejas que experimentan cambios modificadores de su naturaleza jurídica, ha sido necesario llevar a cabo un registro sistemático de estas incidencias. La ESEE recoge un abanico amplio de decisiones que implican alteraciones extraordinarias en las empresas y que es necesario controlar para asegurar la comparabilidad interanual de sus datos:



Fuentes de información para la investigación



Resumen de contenidos del cuestionario de la ESEE

(a) **ACTIVIDAD, PRODUCTOS Y PROCESOS DE FABRICACIÓN:** incluye algunas características de la empresa y de sus operaciones, como son sus establecimientos industriales y no industriales, su forma jurídica y algunas participaciones significativas en su capital social, actividad y características de los productos manufacturados, tecnología utilizada.

(b) **CLIENTES Y PROVEEDORES:** recoge información relacionada con el tipo de clientes de la empresa, el destino final de los productos que manufactura, canales de distribución empleados, actividades de promoción comercial, características de los proveedores y contratación de servicios.

(c) **COSTES Y PRECIOS:** aporta información sobre los precios pagados por la empresa y sobre la política de precios de venta.

(d) **MERCADOS SERVIDOS:** recoge información relacionada con los mercados servidos por la empresa, de forma que supongan en conjunto, al menos, el 50% de sus ventas totales y queden identificados por líneas de productos, tipo de clientes, ámbito geográfico u otras características. La información se refiere a la cuota de mercado de la empresa, al número de competidores y la cuota de los principales, a la variación experimentada por los precios durante el año y los motivos de dicho cambio.

(e) **ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS:** recoge preguntas relacionadas con actividades de I+D, registro de patentes, innovaciones de producto y de proceso y pagos e ingresos por licencias y asistencia técnica.

(f) **COMERCIO EXTERIOR:** incluye exportaciones e importaciones, distribución por áreas geográficas y vías

(g) **EMPLEO:** recoge personal ocupado en la empresa, composición según tipos de contrato, categorías y titulación y otros datos dirigidos a determinar la jornada efectiva de trabajo durante el año.

(h) **DATOS CONTABLES:** esta última parte incorpora tres bloques de información. El primero es un resumen de partidas de la cuenta de pérdidas y ganancias. El segundo recoge el valor de las inversiones en inmovilizado material. El tercero es un resumen de las partidas más importantes del balance de la empresa.



Fuentes de información para la investigación

MARCO TEÓRICO: Revisión de la literatura

■ Fuentes de información documental:

- Publicaciones periódicas
- Monografías
- Working-papers
- Tesis
- Actas de congresos y de workshops

■ Consulta a expertos en el área a investigar...

Internet

CONTRASTE DE HIPÓTESIS

■ Información Secundaria: Bases de Datos

- Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE)
<http://www.fundacionsepi.es/esee/sp/presentacion.asp>

- SABI: Análisis Financiero, Sectores, 15 años, ...
<http://www.informa.es/soluciones-financieras/sabi>
- ...

■ Información Primaria: entrevistas y encuestas... ;cuestionario!

Fuentes de información para la investigación

INFORMA

[contacta con nosotros](#) | clientes@informa.es | 902 176 076

QUIENES SOMOS

SABI

Portfolio Manager

Servicios del Registro

Soluciones de Valor Añadido

Servicios del Grupo CESCE

Servicios Empresariales

INFORMES

- Informa Financiero
- Informa Comercial
- Informa Abreviado
- Informa Autónomos
- Informa Investigado
- Informe Sectorial
- Informes Internacionales

SOLUCIONES FINANCIERAS

SOLUCIONES MARKETING

TARIFAS

Home Soluciones Financieras

SABI

El Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI) es una herramienta que te da la información de balances de más de 1,2 millones de empresas nacionales y más de 350.000 empresas portuguesas

SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) es una exclusiva herramienta en formato DVD o Web elaborada por INFORMA D&B en colaboración con Bureau Van Dijk, que te permite manejar sencilla y rápidamente la información general y cuentas anuales de más de 1,2 millones de empresas españolas y más de 350.000 portuguesas. SABI es una herramienta imprescindible en el análisis financiero y marketing estratégico, que se caracteriza por su extensa cobertura, la estandarización de los estados financieros, la facilidad en el manejo del software y por la flexibilidad para la obtención y explotación de la información.

SABI permite llevar a cabo diferentes funciones financieras y de crédito, como:

- Constituir un fichero permanente de tus clientes y proveedores para seguir su evolución financiera, según los criterios preestablecidos que más te interesen.

FAEDPYME
Fundación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme

Fuentes de información para la investigación

-Es una base de datos que cuenta con más de 1.010.000 empresas Españolas y 150.000 Portuguesas con sus detalles financieros.

Contenido del SABI:

- Cuentas anuales de más de 1.000.000 empresas (históricos 1990)
- Razón Social, dirección, localidad, provincia, NIF, teléfono
- Códigos de actividad (IAE, CNAE93, CSO), descripción actividad
- Forma jurídica, fecha de constitución, número de empleados
- Consejo de Administración, ratios informa, ratios europeos
- Tasas de variación, auditores, bancos, cotización en bolsa
- Accionistas, participaciones (%), cuentas consolidadas

3

FAEDPYME
Fundación Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pyme

Fuentes de información para la investigación

Opciones de búsqueda en Internet

- Motor de búsqueda adecuado**
 - Google Scholar (académico)
 - Google Books
 - Scirus
 - Amazon Search Inside
- Recursos que ofrecen la mayoría de Bibliotecas en sus Web**
 - Complured (Universidad Complutense de Madrid)
 - Biblioteca Universidad del País Vasco (UPV / EHU)
 - Biblioteca Universidad de Murcia
 - tu Universidad...

Fuentes de información para la investigación

- | | |
|--------------------------------|---|
| Catálogos de la biblioteca | <p>A-Z : Lista de títulos de revistas, por orden alfabético o por materias, en la que se indican los años a los que tenemos acceso según el proveedor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACS: Acceso a las 34 revistas publicadas por la American Chemical Society desde 1996 • Association for Computer Machinery: ACM Digital Library Core, 19 revistas y magazines y 31 transactions publicados por la ACM incluyendo el acceso al archivo desde 1950 (en los casos en que esté disponible). • EBSCOHost: Base datos de publicaciones científicas electrónicas cuyos fondos ascienden a un total de más de 4.000 títulos, el resumen de unos 3.000 y el texto completo de más de 1.200 revistas científicas. • EMERALD: Acceso a la colección MagamentXtra 140 y a Emerald Engineering Library. • IEEE Xplore: Acceso a todo el contenido de IEEE desde 1988 y algunos contenidos seleccionados desde 1950 disponibles en formato digital. Texto completo de las publicaciones del Institute of Electrical and Electronic Engineers (IEEE) y del Institution of Engineering and Technology (IET, antes IEE). • INGENTA: Se pueden consultar los títulos suscritos por la Biblioteca de la UPV/EHU, indicados con el símbolo S al margen derecho de cada título. • IOPscience: Plataforma de IOP que proporciona el acceso al texto completo a todas las revistas que publica el Institute of Physics desde su inicio sobre las siguientes materias: Astronomía y Astrofísica, Ciencias Biológicas, Ingeniería, Informática, Matemáticas, Materiales, Nanotecnología, y Química. • JSTOR: La Biblioteca participa en el programa JSTOR y ha suscrito la colección "ARTS & SCIENCES II", que proporciona acceso al texto completo de 122 revistas de ámbito multidisciplinar: Historia, Económicas, Arqueología, Estudios clásicos... • PERIODICALS ARCHIVE ONLINE (PCI full text). Acceso a texto completo y a referencias bibliográficas de publicaciones periódicas de Arte, Humanidades y Ciencias Sociales, desde 1770. • SCIENCE DIRECT: acceso al texto completo de todas las revistas de Elsevier, más de 1900 títulos desde 1995... • SPRINGER: Accedemos a 1.250 títulos desde el año 1997 con una cobertura temática amplia: informática, química, economía, biología, medicina, matemáticas. • SWETS: acceso al texto completo de 973 revistas suscritas por la Biblioteca de la UPV/EHU y a los contenidos de más de 22.000 títulos. • WILEY: acceso on-line a todos los títulos que publican, más de 1.200 desde el año 1998 con una cobertura temática amplia: Ciencias de la vida, Medicina y Ciencias de la salud, Negocios, Derecho, Matemáticas y estadística, Química, Educación, Ingeniería, Psicología, Ciencias Sociales, Física y Astronomía, Ciencias |
| Revistas | |
| Prensa | |
| Boletines oficiales | |
| Préstamo interbibliotecario | |
| Bases de datos | |
| LEONARDO. Banco de imágenes | |
| ARKIDAT | |
| Guías de la biblioteca | |
| Acceso a otros catálogos | |
| Recursos temáticos en Internet | |

Fuentes de información para la investigación

Perfiles | Estudios | Estructura UPV/EHU | Investigación | Acceso a la Universidad | Servicios | Directorio | Intranet

Buscar

» Inicio Biblioteca


Biblioteca

- Información general
- Catálogos de la biblioteca
- Revistas
- Prensa
- Boletines oficiales
- Préstamo interbibliotecario
- Bases de datos
- LEONARDO. Banco de imágenes
- ARKIDAT
- Guías de la biblioteca
- Acceso a otros catálogos
- Recursos temáticos en Internet

GUÍAS DE BASES DE DATOS

- Guía de Bibliografía de la Literatura Española
- Guía de Cochrane Library Plus
- Guía de Colex-Data
- Guía del CSIC
- Guía de Current Contents Connect (Web of Knowledge) (doc, 106 Kb)
- Guía de Derwent Innovations Index (Web of Knowledge) (doc, 95 Kb)
- Guía de Dialnet (doc, 273 Kb)
- Guía de Digital Dissertations (doc, 122 Kb)
- Guía de Ecomis (doc, 88 Kb)
- Guía de Econ-Lit (doc, 112 Kb)
- Guía de ERIC (pdf, 600 Kb)
- Guía de Factor de impacto de revistas médicas españolas
- Guía de Historical Abstracts (pdf, 58 Kb)
- Guía de ISI Essential Science Indicators (Web of Knowledge) (doc, 79 Kb)
- Guía de ISI Journal Citation Reports (Web of Knowledge) (doc, 86 Kb)
- Guía de ISI Proceedings (Web of Knowledge) (doc, 93 Kb)
- Guía de ISI Web of Science (Web of Knowledge) (doc, 549 Kb)
- Guía de MLA (doc, 143 Kb)
- Guía de Patrología Latina (doc, 46 Kb)
- Guía de PCI (pdf, 294 Kb)
- Guía de PSICODOC (pdf, 76Kb)
- Guía de SABI (pdf, 78Kb) Manual (pdf, 1209Kb)
- Guía de Scifinder (doc, 395 Kb)
- Guía de Sociological Abstracts (pdf, 600 Kb)
- Guía de Scirus (doc, 103 Kb)
- Guía de Teseo
- Guía de VLex (doc, 1.133 Kb)
- Guía de WARC (pdf, 721Kb)
- Guía de Web of Knowledge
- Westlaw.-Guía.pdf

Guía de Abi-Inform (pdf, 898 Kb)
Guía de Aranzadi (doc, 455 Kb)



Fuentes de información para la investigación

Selección de revistas especializadas por su factor de impacto

Lo habitual es medir el valor de una Revista por su índice de impacto, asignándola a un determinado cuartil.

El índice de impacto más reconocido internacionalmente es el Journal Citation Report (JCR) elaborado por el ISI (Institute of Scientific Information).

Está tomando cada vez más fuerza el establecido por Scimago: <http://www.scimago.es/>

El más utilizado en España es el obtenido en Inrecs: <http://ec3.ugr.es/in-recs/>

Estar incluida en una base de datos reconocida (ISI-WoK, Scopus, ABI/Inform, Emerald, Dialnet, ...) da relevancia a las revistas y justifica la búsqueda.

Fuentes de información para la investigación

CONTENIDO

Información general

Biblioteca digital

- Catálogos
- Bibliografía recomendada
- Revistas electrónicas
- Bases de datos
- Libros electrónicos
- Índices de impacto
- Guías Temáticas
- Metabuscador
- Gestores bibliográficos
- Boletines oficiales
- Web social
- Biblioteca Saavedra Fajardo

Servicios docencia

Servicios investigación

Archivo Universitario

Depósitos digitales UMU

Formación de usuarios

Servicio de Propiedad

Biblioteca

Índices de impacto

Acreditación y sexenios

Condiciones generales de uso

Acceso a los recursos BUMU desde el exterior

Nombre	Mas información
IHCD. Revistas Españolas de Medicina	i
Arts & Humanities Citation Index	i
CIRC. Clasificación Integrada de Revistas Científicas	i
CitEc Citation in Economics	i
DICE. Difusión y Calidad Editorial (CINDOC)	i
European Reference Index for the Humanities (ERIH)	i
IN-RECI. Revistas Españolas de Ciencias Jurídicas	i
In-Recs. Revistas Españolas en Ciencias Sociales	i
Índice H de las revistas españolas de Ciencias Jurídicas.	i
Índice H de revistas españolas de Ciencias Sociales.	i
ISI Journal Citation Reports (JCR)	i
LATINDEX. América Latina, el Caribe, España y Portugal	i
Master Journal List de Thomson	i
MIAR. Matriu d'Informació per a l'Avaluació de Revistes	i
Red SciELO. Indicadores bibliométricos	i
RESH. Índice de impacto del Cindoc	i
Revista acreditadas por la FECYT (recogidas en RECYT)	i
SCIMAGO Journal Rank (SJR)	i

LTI
Lider en Ciencia y Tecnología

AEXCID
cooperación extremaña

AUP
Asociación
Universitaria
Iberoamericana
de Postgrado

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
INSTITUTO
DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA

FAEDPYME
Fundación Análisis Estratégico
para el Desarrollo de la Pyme

Taller: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN PYMES

1. Fuentes de información para la investigación
2. Construcción de escalas
3. Diseño del cuestionario
4. Elaboración de artículos de investigación
5. Evaluación y publicación de la investigación

Dr. Antonio Aragón Sánchez

Profesor Titulares de Universidad
Dpto. Organización de Empresas y Finanzas. Universidad de Murcia.
España. 8 Mayo 2013

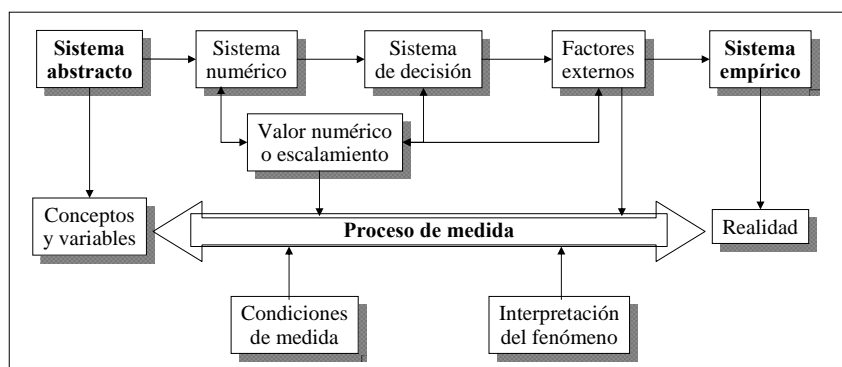
Índice

1. El proceso de medición
2. Escalas de medida: tipos
3. Criterios de escalamiento

1. El proceso de medición

Modelo básico para generar medidas

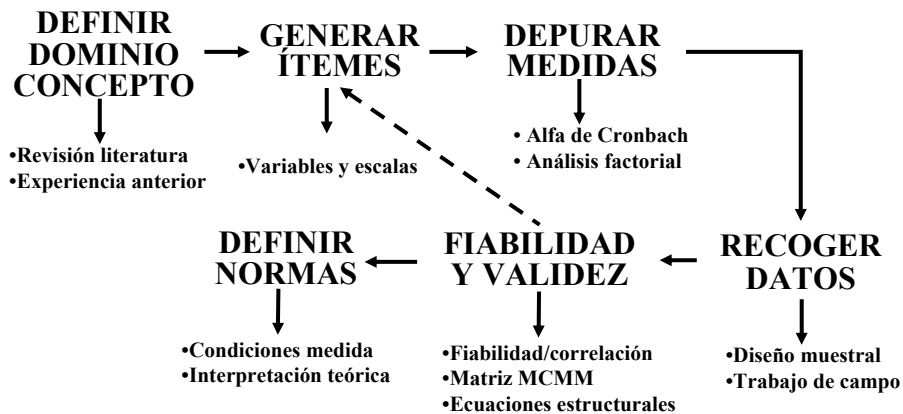
▪ **Medición:** asignación de números a conceptos o fenómenos atendiendo a reglas establecidas de antemano



Cuando un investigador pone en conexión el sistema abstracto con el sistema empírico utilizando números para valorar e interpretar los fenómenos de estudio, se produce una medición

1. El proceso de medición

Proceso de medición (Churchill, 1979)



1. El proceso de medición

Concepto y variables (1)

▪ **Concepto**: representación literaria y abstracta referida a un fenómeno o idea de la realidad. Sus dimensiones deben estar bien delimitadas, expresadas en lenguaje consensuado y basadas en desarrollos anteriores (revisión literatura).

▪ **Requisitos**:

- El contenido no ha de ser circular
- La definición debe señalar los elementos esenciales
- Los elementos que lo definen han de ser precisos y unitarios (analogías diferencias con otros conceptos relacionados)
- Debe tener capacidad para ser comprobado

1. Ejemplo de concepto: empresa familiar

Definición restrictiva de empresa familiar (propiedad/gestión)

Comisión Europea (2007). Una empresa es familiar cuando se cumplen las dos siguientes condiciones:

1. **Propiedad:** La mayoría de la propiedad está en manos de la familia.
2. **Gestión o gobierno:** Al menos un representante de la familia participa en la gestión o gobierno de la compañía.

Definición amplia de empresa familiar (influencia de la familia en la empresa)

Astrachan et al. (2002). Una empresa es considerada un negocio familiar en función del modo en que se produce la **implicación de la familia** en el negocio. Esta implicación o influencia familiar en el negocio se ejerce a través de tres dimensiones:

1. El **poder** se refiere al dominio ejercido a través de la propiedad del negocio y mediante el control del negocio vía participación de la familia en la gestión o el gobierno de la empresa.
2. La **experiencia** se refiere a la experiencia conjunta que la familia aporta al negocio a través de la generación o generaciones que activamente participan o han participado en la empresa.
3. La **cultura** se refiere al conjunto de valores, actitudes y motivaciones que imperan en la empresa, y en qué medida se perciben como una conjunción del negocio y de la familia en términos de compromiso con la empresa



1. El proceso de medición

Concepto y variables (2)

■ El grado de operacionalización de los conceptos es muy bajo, por lo que no se puede trabajar directamente con ellos.

■ **Variable** es una propiedad o característica del concepto a la que se le asigna un valor que muestra el grado en que la representa tal propiedad o característica.

■ Tipos:

- Decisión del investigador:
 - **Independiente** (causa), **dependiente** (efecto), **moderadora** (influye en relación causa-efecto)
- Naturaleza numérica:
 - **Cualitativa** (nominal) **cuantitativa** (intervalo, razón)
- Tipo de escalamiento:
 - **Natural** (directa), **compuesta** (indirecta: varios ítemes)



2. Escalas de medida: tipos

Escalas naturales

■ Es una **valoración numérica directa** del concepto o fenómeno, o de la cualidad perteneciente al concepto o fenómeno, sin que sea necesario el concurso de técnicas específicas.

- Medición **nominal** (cualitativa)
 - Identifica sujetos, objetos o fenómenos por categorías
 - Los números no tienen valor matemático
- Medición **ordinal** (cualitativa – cuasi-cuantitativa)
 - Identifica la relación mayor que / menor que
 - Los números no informan de la distancia entre dos valores.
- Medición de **intervalo** (cuantitativa)
 - Identifica la relación cuánto mayor que / cuánto menor que
 - Tiene origen arbitrario e identifica distancias entre dos categorías
- Medición de **razón** (cuantitativa)
 - Es una medición de intervalo en la que el origen es absoluto
 - Permite hacer proporciones entre categorías



2. Escalas de medida: tipos

Escalas naturales

Ejemplos de variables de razón (cuantitativas):

¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? años

¿Cuál es la edad del director general / gerente / propietario?..... años

¿Beneficios de su empresa? €

Ejemplos de variables de intervalo (cuantitativas)

Rendimiento académico: 0 a 10; Temperatura: grados

Ejemplos de variables ordinales (cuasi-cuantitativas):

Indique su nivel de satisfacción con el producto

Totalmente insatisfecho 1 2 3 4 5.....Totalmente satisfecho

Los productos y servicios están diferenciados en el sector

Totalmente de acuerdo 1 2 3 4 5.....Totalmente en desacuerdo



2. Escalas de medida: tipos

Escalas naturales

Ejemplos de variables nominales (cualitativas):

¿Cuál es el nivel de formación reglada del director general / gerente / propietario?: (Marque sólo una respuesta)

Estudios primarios	<input type="checkbox"/>	Bachillerato / preparatoria	<input type="checkbox"/>
Educación secundaria	<input type="checkbox"/>	Estudios universitarios	<input type="checkbox"/>

Empresa familiar...

¿El control mayoritario de su empresa es familiar? (Un grupo familiar tiene más del 50% del capital):

__SI __NO

¿Hay algún miembro de la familia en la dirección de la empresa?

__SI __NO

2. Escalas de medida: tipos

Escalas compuestas

■ **Procedimiento** que permite obtener una **medición no directa** de un concepto o fenómeno, o de una cualidad perteneciente a un concepto o fenómeno

TIPOS (Clasificación de Torgerson)

Escalamiento de	Objetivo	Técnica
Medición de estímulos	Valoración del estímulo y de los sujetos	Diferencial semántico De suma constante
Medición de los sujetos que responden	Actitud del sujeto ante el estímulo	Aditiva de Likert

2. Escalas de medida: tipos

Diferencial semántico

- **Objetivo:** medición de **conceptos o fenómenos que no son independientes de las reacciones/actitudes** de los sujetos (asociación sujeto-objeto)
- **Procedimiento:** necesita pares de adjetivos antagónicos que califiquen al concepto: cada par debe mostrar una dimensión de la actitud del sujeto respecto del fenómeno (gráfica o numérica)
- **Ventajas:** sencillez de construcción, facilidad de respuesta, medición cambios actitudinales de los sujetos
- **Inconvenientes:** difícil con conceptos abstractos o específicos, cuantificación compleja del perfil del sujeto y del objeto

2. Escalas de medida: tipos

Diferencial semántico

EJEMPLO:

CALIFIQUE LAS SIGUIENTES DIMENSIONES EN RELACIÓN CON EL GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE DE LOS VENEDORES DE SU EMPRESA

Trato		
Cálido	1 2 3 4 5 6 7	Frío
Agradable	1 2 3 4 5 6 7	Desagradable
Atento	1 2 3 4 5 6 7	Descuidado
Conocimiento		
Actualizado	1 2 3 4 5 6 7	Desactualizado
Informado	1 2 3 4 5 6 7	Desinformado

2. Escalas de medida: tipos

Diferencial semántico

EJEMPLO:

P2.- Ahora, pensando en la formación que proporciona a sus empleados, indique la posición de su empresa, donde 1 es máximo acuerdo con la afirmación de la izquierda y 5 máximo acuerdo con la afirmación de la derecha

Proceso de Formación						
La empresa forma a sus empleados ... en raras ocasiones, solo cuando es imprescindible	1	2	3	4	5	... de forma habitual y continua...
La formación ... no se planifica con antelación y se orienta a cubrir necesidades a corto plazo	1	2	3	4	5	se planifica con antelación y según las necesidades futuras
Las acciones se diseñan... en función de las particularidades de la empresa	1	2	3	4	5son estándar para todo el mercado
Para la evaluación de la formación normalmente se analiza sólo la opinión de los trabajadores	1	2	3	4	5 se utilizan herramientas para comprobar la aplicación de lo aprendido

2. Escalas de medida: tipos

Formato Stapel

- Objetivo: a veces es difícil encontrar adjetivos bipolares o el investigador desea valorar numéricamente de forma directa las dimensiones del concepto o fenómeno
- Procedimiento: Similar metodología que el **diferencial semántico**
- Ventajas/Inconvenientes: Apropiado para encuestas telefónicas. No apto para conceptos muy complejos.

EJEMPLO:

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Tratamiento cálido	-3	-2	-1	1	2	3
Tratamiento agradable	-3	-2	-1	1	2	3
Es atento en el trato	-3	-2	-1	1	2	3
Tiene conocimientos actualizados	-3	-2	-1	1	2	3
Está muy bien informado	-3	-2	-1	1	2	3

2. Escalas de medida: tipos

Suma constante

- **Objetivo:** reconocer la importancia relativa que los sujetos otorgan a diferentes **atributos de un concepto o fenómeno**
- **Procedimiento:** Los sujetos deben asignar una cantidad de puntos entre diversos atributos, con relación a un número total (100)
- **Ventajas:** Medición resultante en escala de intervalo (cuantitativa): análisis estadísticos potentes
- **Inconvenientes:** Problemas derivados de usar números en entrevistas

2. Escalas de medida: tipos

Suma constante

EJEMPLO:

11. Indique el peso relativo (en porcentaje) de los siguientes elementos retributivos para los grupos de directivos que se indican:

	Director General / Gerente	Altos Directivos
Salario base%%
Participación en resultados anuales%%
Participación en resultados plurianuales%%
Pagos en acciones, opciones sobre acciones, etc.%%
Pagos en especie (coche, vivienda,...)%%
TOTAL	100 %	100 %

2. Escalas de medida: tipos

Aditiva de Likert

- **Objetivo:** cuando la **actitud del sujeto hacia un fenómeno o concepto** viene dada por la suma de los valores obtenidos en las diferentes proposiciones o ítems que representan las dimensiones del concepto o fenómeno
- **Procedimiento:** en cada ítem generado se utiliza una categorización (1 a 5; 1 a 7;...) del continuo actitudinal, que sirve para graduar la intensidad
- **Ventajas:** sencillez, ajuste a objetivos investigador, alta fiabilidad y validez
- **Inconvenientes:** medición ordinal (aunque se considera cuantitativa); inclusión de factores indirectos merma fiabilidad (y dimensionalidad)

2. Escalas de medida: tipos

Aditiva de Likert

EJEMPLO:

INDIQUE GRADO DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES SOBRE EL SECTOR
EN EL QUE OPERA SU EMPRESA*

Productos muy diferenciados	1	2	3	4	5
Cambios rápidos y continuos	1	2	3	4	5
Cambios difíciles de preveer	1	2	3	4	5
Demanda alta y en crecimiento	1	2	3	4	5
Elevada concentración de empresas	1	2	3	4	5
Sector muy poco regulado	1	2	3	4	5

(*): 1: Totalmente desacuerdo; 2: Algo en desacuerdo; 3: Indiferente; 4: Algo de acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo

2. Escalas de medida: tipos

Aditiva de Likert

EJEMPLO:

8. Indique su grado de acuerdo con los siguientes aspectos relativos a la situación de su empresa con respecto a las demás empresas del sector

	SITUACIÓN ACTUAL DE SU EMPRESA						
	Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6	7
Oferta de productos amplia y en constante expansión	1	2	3	4	5	6	7
Oferta de productos estable y enfocada a determinados mercados	1	2	3	4	5	6	7
Éxito basado en la innovación continua y en la creatividad	1	2	3	4	5	6	7
Éxito basado en la eficiencia y en la calidad	1	2	3	4	5	6	7
Actuación de la empresa forzada por las presiones del entorno	1	2	3	4	5	6	7
Aprovechamiento rápido de las posibles oportunidades del entorno	1	2	3	4	5	6	7
Crecimiento basado en la expansión en nuevos mercados con nuevos productos	1	2	3	4	5	6	7
Crecimiento basado en la penetración en los mercados actualmente atendidos	1	2	3	4	5	6	7
Proceso tecnológico enfocado a tecnologías flexibles e innovadoras	1	2	3	4	5	6	7
Proceso tecnológico enfocado a tecnologías eficientes en costes	1	2	3	4	5	6	7
Tecnología que marca el ritmo y la forma de trabajo	1	2	3	4	5	6	7
Empleados con habilidades específicas directamente relacionadas con el puesto	1	2	3	4	5	6	7
Empleados con habilidades amplias, diversas y adaptables a las necesidades	1	2	3	4	5	6	7
Directivos más influyentes dedicados al desarrollo de nuevos productos	1	2	3	4	5	6	7
Directivos más influyentes dedicados al control de costes y finanzas	1	2	3	4	5	6	7
Planificación muy rigurosa y realizada a priori	1	2	3	4	5	6	7
Organización estructurada por funciones (finanzas, marketing, producción,...)	1	2	3	4	5	6	7
Organización estructurada por tipo de productos o de mercados	1	2	3	4	5	6	7
Organización basada en procedimientos y reglas muy formalizadas	1	2	3	4	5	6	7
Procedimientos de evaluación y control descentralizados y participativos	1	2	3	4	5	6	7

2. Escalas de medida: tipos

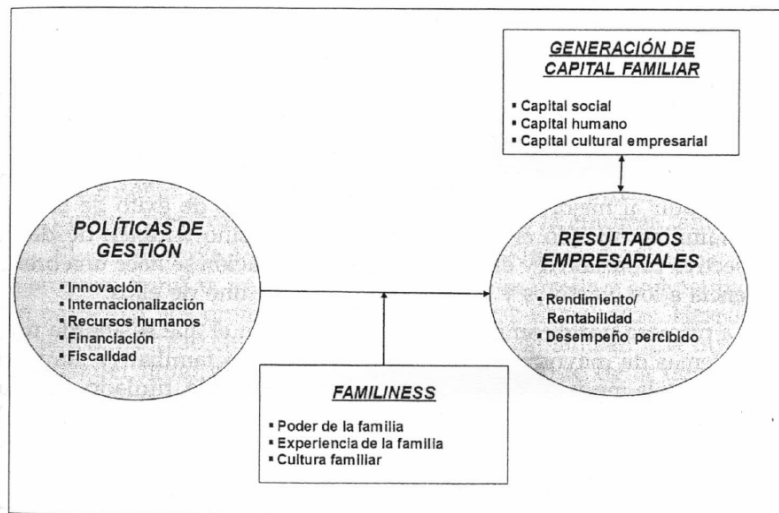
Aditiva de Likert Escala compuesta para medición de empresa familiar

4. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. «La familia propietaria...

	Total Desacuerdo/Total Acuerdo				
	1	2	3	4	5
1. Tiene influencia en el negocio	1	2	3	4	5
2. Comparte valores similares en el negocio	1	2	3	4	5
3. Se siente orgullosa del negocio	1	2	3	4	5
4. Se preocupa por el destino del negocio	1	2	3	4	5
5. Entiende y defiende las decisiones que afectan al futuro de la empresa	1	2	3	4	5
6. Sabe diferenciar los aspectos empresariales de los familiares	1	2	3	4	5
7. Se ve afectada por los conflictos que se producen en la empresa	1	2	3	4	5
8. Con sus valores familiares contribuye a generar un buen clima en la empresa	1	2	3	4	5

2. Escalas de medida: tipos

Marco conceptual: relación familia y negocio desde la perspectiva del Familiness



3. Criterios de escalamiento

¿Tipo de escalamiento a utilizar?

- **Objetivos de la investigación**
 - Medir fenómenos o estímulos (d.s., suma constante)
 - Cuantificar el nivel actitudinal de los sujetos (likert)
 - Ambas cosas al mismo tiempo -en la práctica- (d.s., likert)
- **Tipología de los sujetos que han de responder**
 - Estatus cultural (si es bajo, no d.s. o suma constante)
 - Sujetos individuales (d.s.) o grupos (likert, suma constante)
- **Tipo de medición que se desea utilizar**
 - Datos en escala cuantitativa -intervalo o razón- (suma constante); ¡¡cuidado con likert o d.s.!!
 - Fiabilidad y validez de la escala (buenos resultados likert o d.s.).