

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN TESIS DOCTORAL	9
ABSTRACT DOCTORAL THESIS.....	11
RESUM TESI DOCTORAL.....	13
ABREVIATURAS Y ACRÓNIMOS.....	17
0. INTRODUCCIÓN.....	21
0.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	21
0.2. IMPORTANCIA DEL TEMA BAJO ESTUDIO	25
0.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
0.4. ESTRUCTURA DEL TRABAJO Y METODOLOGÍA.....	28
1. LA VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE Y LAS TI: UN ENFOQUE BASADO EN COMPETENCIAS.....	35
1.1. OBJETIVOS Y CONTENIDO DEL CAPÍTULO	35
1.2. PARADIGMAS UTILIZADOS EN LA LITERATURA.....	36
1.3. EL ENFOQUE BASADO EN COMPETENCIAS	39
1.3.1. <i>El enfoque basado en recursos.....</i>	<i>41</i>
1.3.2. <i>El enfoque basado en las capacidades dinámicas.....</i>	<i>44</i>
1.3.3. <i>El enfoque basado en el conocimiento.....</i>	<i>46</i>
1.3.4. <i>Otras aportaciones al EBC.....</i>	<i>49</i>
1.3.5. <i>Evolución del EBC.....</i>	<i>50</i>
1.3.6. <i>Complementariedad entre el EBC y otros enfoques.....</i>	<i>55</i>
1.4. CONCEPTO DE RECURSO, CAPACIDAD Y COMPETENCIA	57
1.4.1. <i>Recurso.....</i>	<i>58</i>
1.4.1.1. Definición de Recurso	58
1.4.1.2. Clasificación de los Recursos	60
1.4.2. <i>Capacidades.....</i>	<i>62</i>
1.4.2.1. Definición de Capacidad.....	62
1.4.2.2. Recursos vs. Capacidades	63
1.4.2.3. Las Rutinas organizativas	65
1.4.2.4. Las Capacidades dinámicas	66
1.4.2.5. Clasificación de las Capacidades.....	67
1.4.3. <i>Competencia.....</i>	<i>70</i>
1.5. LAS COMPETENCIAS DISTINTIVAS COMO FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE.....	72
1.5.1. <i>Características de los activos estratégicos.....</i>	<i>73</i>
1.5.2. <i>Sostenibilidad de la ventaja competitiva.....</i>	<i>75</i>
1.5.3. <i>Apropiabilidad de las rentas.....</i>	<i>79</i>
1.6. RECURSOS, CAPACIDADES Y COMPETENCIAS TI.....	82
1.6.1. <i>Recursos tecnológicos TI.....</i>	<i>85</i>
1.6.2. <i>Recursos humanos TI.....</i>	<i>87</i>
1.6.3. <i>Recursos organizativos complementarios.....</i>	<i>88</i>
2. UTILIZACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS TI.....	99
2.1. OBJETIVOS Y CONTENIDOS DEL CAPÍTULO	99
2.2. ANTECEDENTES	100

2.3.	VALOR DE NEGOCIO DE LAS TI Y SOSTENIBILIDAD DE LA VENTAJA COMPETITIVA	104
2.4.	ESTRATEGIAS TI	116
2.4.1.	<i>Estrategia TI como utilización de los sistemas de información para soportar la estrategia de negocio</i>	121
2.4.2.	<i>Estrategia TI como el plan maestro de la función SI/TI</i>	123
2.4.3.	<i>Estrategia TI como la visión compartida del rol TI en la organización</i>	125
2.5.	VALOR DE LAS TI Y ESTRATEGIA DE NEGOCIO	130
2.5.1.	<i>Valor de las TI y actividades de negocio</i>	130
2.5.2.	<i>Estrategias de Porter</i>	136
2.6.	ESTRATEGIA TI COMO MODERADOR DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA EN EL DESEMPEÑO: HIPÓTESIS DE TRABAJO	141
2.6.1.	<i>Estrategia TI innovadora</i>	143
2.6.2.	<i>Estrategia TI conservadora</i>	144
2.6.3.	<i>Estrategia competitiva de diferenciación por innovación</i>	145
2.6.4.	<i>Estrategia competitiva de diferenciación por marketing</i>	149
2.6.5.	<i>Estrategia competitiva de liderazgo en costes</i>	150
2.6.6.	<i>Resumen de las hipótesis</i>	153
3.	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	157
3.1.	OBJETIVOS Y CONTENIDO DEL CAPÍTULO	157
3.2.	UNIDADES DE OBSERVACIÓN Y ÁMBITO DEL ESTUDIO.....	158
3.3.	EL SECTOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL	159
3.4.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	171
3.4.1.	<i>Métodos cualitativos vs. cuantitativos</i>	171
3.4.2.	<i>La encuesta como instrumento de investigación</i>	174
3.5.	LA MEDICIÓN DE LAS VARIABLES.....	177
3.5.1.	<i>Desarrollo de las escalas de medida</i>	177
3.5.2.	<i>Medición de la estrategia competitiva</i>	177
3.5.3.	<i>Medición de la estrategia TI</i>	180
3.5.4.	<i>Diseño del instrumento de medida del desempeño</i>	186
3.6.	RECOGIDA DE DATOS Y TRABAJO DE CAMPO	191
3.6.1.	<i>El cuestionario</i>	191
3.6.2.	<i>Recogida de datos</i>	192
3.7.	LA METODOLOGÍA DE LOS MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	194
3.7.1.	<i>Características de los modelos de ecuaciones estructurales</i>	194
3.7.2.	<i>Étapas para el desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales</i>	197
3.7.2.1.	Especificación del modelo	197
3.7.2.2.	Identificación del modelo	198
3.7.2.3.	Estimación del modelo	199
3.7.2.4.	Interpretación del modelo	200
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONTRASTE DE HIPÓTESIS	205
4.1.	OBJETIVOS Y CONTENIDOS DEL CAPÍTULO	205
4.2.	PROPIEDADES DE LAS ESCALAS E INDICADORES UTILIZADOS EN EL DESARROLLO EMPÍRICO..	206
4.2.1.	<i>Dimensionalidad</i>	206
4.2.1.1.	Medidas absolutas de ajuste.....	207
4.2.1.2.	Medidas incrementales de ajuste	208
4.2.1.3.	Medidas de parsimonia	209
4.2.2.	<i>Fiabilidad</i>	210
4.2.3.	<i>Validez</i>	211
4.2.3.1.	Validez de contenido	212
4.2.3.2.	Validez de criterio.....	212
4.2.3.3.	Validez convergente	212
4.2.3.4.	Validez discriminante	213
4.3.	EVALUACIÓN DE LA ESCALA DE MEDIDA DE LA ESTRATEGIA TI	214

4.3.1.	<i>Relación entre ítems de las escalas de estrategia en TI</i>	217
4.3.2.	<i>Fiabilidad</i>	220
4.3.2.1.	Escala estrategia innovadora en TI.....	220
4.3.2.2.	Escala estrategia conservador en TI.....	221
4.3.2.3.	Escala falta de estrategia en TI.....	222
4.3.3.	<i>Validez</i>	222
4.3.3.1.	Validez de contenido.....	222
4.3.3.2.	Validez de criterio.....	223
4.3.3.3.	Validez convergente.....	223
4.3.3.4.	Validez discriminante.....	223
4.4.	EVALUACIÓN DE LAS ESCALAS DE MEDIDA DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	224
4.4.1.	<i>Relación entre ítems de las escalas de estrategia competitiva</i>	227
4.4.2.	<i>Fiabilidad</i>	231
4.4.2.1.	Escala estrategia competitiva en innovación.....	231
4.4.2.2.	Escala estrategia competitiva en marketing.....	232
4.4.2.3.	Escala estrategia competitiva en costes.....	233
4.4.3.	<i>Validez</i>	233
4.4.3.1.	Validez de contenido.....	233
4.4.3.2.	Validez de criterio.....	234
4.4.3.3.	Validez convergente.....	234
4.4.3.4.	Validez discriminante.....	234
4.5.	EVALUACIÓN DE LAS ESCALA DE MEDIDA DEL DESEMPEÑO.....	235
4.5.1.	<i>Fiabilidad</i>	236
4.5.2.	<i>Validez</i>	237
4.5.2.1.	Validez convergente.....	237
4.6.	CONTRASTE DE LAS HIPÓTESIS.....	237
4.6.1.	<i>Criterios de evaluación de las hipótesis</i>	237
4.6.1.1.	Ajuste global del modelo.....	238
4.6.1.2.	Ajuste del modelo de medida.....	238
4.6.1.3.	Ajuste del modelo estructural.....	238
4.6.2.	<i>Relación entre las estrategias en TI y el desempeño organizativo</i>	239
4.6.2.1.	Relación estrategia innovadora en TI y desempeño organizativo.....	239
4.6.2.2.	Relación estrategia conservadora en TI y desempeño organizativo.....	242
4.6.2.3.	Relación “sin estrategia en TI” y desempeño organizativo.....	245
4.6.3.	<i>Relación entre las estrategias competitivas y el desempeño organizativo</i>	248
4.6.3.1.	Estrategia competitiva basada en innovación.....	248
4.6.3.2.	Estrategia competitiva basada en marketing.....	249
4.6.3.3.	Estrategia competitiva basada en costes.....	250
4.6.4.	<i>Estadísticos descriptivos de las variables y correlaciones</i>	251
4.6.5.	<i>Moderación de una estrategia en TI sobre el efecto de las estrategias competitiva sobre el desempeño: verificación de las hipótesis</i>	254
5.	CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	261
5.1.	CONCLUSIONES.....	261
5.1.1.	<i>Conclusiones sobre los aspectos teóricos</i>	263
5.1.2.	<i>Conclusiones sobre las hipótesis</i>	266
5.2.	LIMITACIONES DEL TRABAJO.....	274
5.3.	PROPUESTAS PARA INVESTIGACIONES FUTURAS.....	275
6.	BIBLIOGRAFÍA	279
	ANEXO I. CUESTIONARIO DE CAMPO	323
	ANEXO II. ÍNDICE DE TABLAS	325
	ANEXO III. ÍNDICE DE FIGURAS	329