

UNA APLICACIÓN DEL MODELO DE RASCH EN LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y LA CALIDAD DE SERVICIOS

José Antonio Lastres Segret* (jlastres@ull.es)
Maria Angélica Cadagán García** (mcadagan@ull.es)

***INSTITUTO UNIVERSITARIO DE LA EMPRESA Y
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CAMPUS DE GUAJARA - UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA
CAMINO DE LA HORNERA S/N 38071 LA LAGUNA TENERIFE ESPAÑA**

***DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CAMPUS DE GUAJARA - UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA
CAMINO DE LA HORNERA S/N 38071 LA LAGUNA TENERIFE ESPAÑA**

RESUMEN

En las empresas de servicios, la del transporte interurbano es una de las que más exigencias asume y constituye un recurso indispensable para la colectividad, ya que presta un servicio dirigido a los usuarios de la región donde desarrolla sus actividades. Sin embargo, la sociedad evoluciona tanto en sus preferencias como en sus gustos y por lo tanto, en su apreciación acerca de los efectos dimanantes del consumo de bienes públicos. Entre estos bienes se encuentran aquellos que generan efectos directos y también efectos indirectos sobre el resto de la sociedad, como es el caso del transporte público interurbano. En este ámbito, la gestión de recursos humanos se ha ido aplicando y desarrollando, especialmente en el del cometido de los empleados, considerado como uno de los determinantes del nivel de la calidad del servicio, que a su vez es el resultado de una gestión eficaz del personal, para conseguir el logro de los objetivos empresariales. Este trabajo se sustenta en un estudio realizado aplicando el Modelo de Rasch, sobre una muestra de usuarios del transporte público interurbano, para destacar la importancia que posee relacionar la calidad con la gestión de recursos humanos, en la orientación del servicio hacia el cliente, para promover su satisfacción.

PALABRAS CLAVE: Modelo de Rasch, Gestión de Recursos Humanos, Calidad de los Servicios, Satisfacción del Cliente y Destino Turístico de Tenerife.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las empresas de servicios han ido asumiendo el compromiso de lograr estándares de excelencia, de acuerdo a su naturaleza y posicionamiento en el mercado. Para lograr esto ha sido necesario poseer una visión clara del servicio a ofrecer, de manera que les permita obtener mejores beneficios y encaminar los recursos de la empresa hacia el logro del éxito, de la calidad de los servicios y de la satisfacción del cliente.

La sociedad varía en sus preferencias y gustos, y por lo tanto en su apreciación de los efectos que emanan del consumo de los bienes públicos. Entre los bienes que generan efectos directos sobre quienes los consumen y efectos indirectos sobre el resto de la sociedad, se encuentra el transporte público interurbano. El usuario al utilizar un medio colectivo (buses) para desplazarse de su domicilio al lugar de trabajo en lugar del vehículo particular, reduce la contaminación atmosférica, el ruido, la congestión del tráfico, etc. Estos son los efectos indirectos mientras que los directos serían aquellos que en forma de comodidad, tiempo y seguridad, percibirá quien ha de realizar la elección.

En el caso de las empresas de servicios, la del transporte interurbano es una de las que más exigencias asumen, al constituir un recurso indispensable para la sociedad, ya que presta un servicio dirigido a los usuarios de la región donde opera. Cabe destacar que en frecuentes ocasiones, el entorno de estas empresas, bien sean públicas o privadas, provoca determinados efectos sobre el comportamiento y conducta de sus empleados, ya que puede generar eficiencia y eficacia en su desempeño laboral. De ahí que surja la preocupación por la creación y mantenimiento de una buena imagen, así como la consecución de elevados niveles de agrado, en los usuarios.

Estos aspectos poseen actualmente una gran relevancia en el mundo laboral, porque los avances tecnológicos y de investigación, están impulsando mayores niveles de competitividad en las empresas, puesto que éstas ahora deben afrontar y acometer nuevos procesos, que les permitan lograr el éxito y mejorar su productividad, mediante el adecuado manejo de los recursos humanos que utilizan.

Al respecto Alonso et al. (2002), afirman que para conseguir un eficiente nivel de calidad en el servicio, es necesario percibir las exigencias y necesidades tanto del cliente interno como del externo, para permitirles el cumplimiento de sus expectativas y satisfacciones personales. En el caso del cliente interno, resulta imprescindible analizar en profundidad todo lo que se relaciona con la satisfacción laboral y con la motivación en la empresa.

Hoy en día, la cuestión de la calidad del servicio se empieza a analizar en profundidad por las compañías que conforman el sector terciario, debido a las exigencias del mercado y a los avances y puesta en práctica de nuevos procesos y técnicas empresariales. De esta realidad, no escapan las empresas de transporte público, ya que en ellas resulta primordial la prestación del servicio y el aprovechamiento de los recursos humanos y materiales, que permitan satisfacer a la colectividad.

Resulta oportuno señalar, que TITSA es la empresa pública que realiza el transporte de viajeros por vía terrestre en la isla de Tenerife. Según datos proporcionados por la mencionada empresa, actualmente cuenta con unos 500 vehículos y traslada alrededor de 50 millones de pasajeros al año, tiene cobertura de transporte regular en toda la isla y gestiona y administra las estaciones de Santa Cruz de Tenerife, La Laguna, Puerto de la Cruz, Orotava, Icod, Buenavista, Candelaria, Güimar, Granadilla, Costa Adeje y Guía de Isora, aparte de contar con las paradas preferentes de Tacoronte, Los Realejos y Los Cristianos.

Por ello, dicho objeto de estudio está determinado por la identificación de aquellos factores que ejercen influencia en la calidad del servicio de la mencionada empresa de transporte, tomando en cuenta la gestión de los recursos humanos que promueve en sus empleados, para ofrecer el servicio y propiciar la satisfacción de los usuarios. Entre estos factores se encuentran la comunicación y la atención en la relación empleado-cliente; el mantenimiento y buen estado de las paradas, estaciones y buses; el cumplimiento de los horarios de llegada y salida de los éstos; la frecuencia de espera; y el grado de satisfacción de la clientela.

ANTECEDENTES

Para este trabajo de investigación se seleccionaron como basamentos teóricos, la Teoría del Comportamiento Organizacional y la Teoría del Desarrollo Organizacional, cuyos orígenes se encuentran en las Teorías de las Relaciones Humanas y en la Teoría Clásica en el campo de la administración, a finales de los años 40 del pasado siglo. En la primera de las nombradas, encontramos diversas aportaciones, entre las que mencionaremos las debidas a Herbert, Banard, Mc Gregor, Likert, Argyris, Maslow, Herzberg y Mc Clelland. Dichos autores, han permitido la introducción de nuevas bases teóricas en el campo de la motivación, tales como: la Teoría de las Necesidades, el Enfoque de la Satisfacción y la No Satisfacción y la Teoría X y Y.

La segunda teoría, la del Desarrollo Organizacional, surge en la década de los años 60 (también del pasado siglo) y entre algunos de sus representantes citaremos a Bennis y Beckhard. Esta Teoría incorpora nuevas ideas en el campo administrativo, ya que pone el énfasis en las personas, en la organización, en el ambiente y en el grupo social. También utiliza la palabra "cambio", con el fin de proporcionar amplios contenidos sobre desarrollo organizacional, promoviendo la aplicación de políticas eficientes y eficaces para lograr los objetivos, fines y metas de la función empresarial, basándose en la existencia de valores, actitudes, relaciones, comunicación y cultura organizacional.

Los trabajos de investigación correspondientes al área de recursos humanos, están enfocados con estas aportaciones, porque forman parte de los orígenes de la administración en dicha área y además, porque se especializan en el estudio de las personas y en su comportamiento en la empresa en función de la naturaleza, objetivos, campo de actividad, políticas, mercado y otros factores, que permiten alcanzar el éxito empresarial.

Otra teoría que merece ser examinada es la de los Recursos y Capacidades, surgida del seno de la denominada Dirección Estratégica y que concibe la ventaja competitiva sostenida, como un componente de elevada relevancia para las organizaciones productivas. Dicha ventaja se origina cuando una empresa desarrolla una estrategia, que puede crear valor y que no es aplicada simultáneamente por otra.

Entre los principales autores representativos de esta corriente metodológica, mencionaremos a Knight (1921), Selznick, (1957), Penrose (1959), Richardson (1972), Invierno (1982), Wernerfelt (1984), Prahalad y Hamel (1990), Barney (1991), Pettigrew y Whipp (1991), Teece y Pisano (1994). Con sus aportaciones, dichos autores han conseguido una evolución teórica basada en la distinción efectuada entre "capacidades", "recursos" y "competencia".

Los trabajos de investigación que se sitúan en este marco teórico, definen a los recursos como capital físico, capital humano y capital organizacional o también, como tangibles (físicos y financieros) e intangibles (valores, conocimientos, cultura, información, etc.); además de ser valorables, no imitables y únicos. Dichos trabajos describen las capacidades

de los mencionados recursos a la vez que resaltan que su adecuada aplicación y puesta a punto, es la que suele conseguir el éxito empresarial.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS VERSUS GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Esta función de gestión de los recursos humanos, fomenta y promueve el clima organizacional, debido a que establece las condiciones adecuadas para el ambiente de trabajo a través de métodos, procesos, técnicas y procedimientos administrativos, que facilitan la ejecución de actividades en la empresa, para alcanzar determinadas metas propuestas. Según Schneider (1995), esta gestión comprende las políticas, prácticas y procedimientos desarrollados por las compañías, para la atracción, contratación, selección, entrenamiento, supervisión y dirección de sus empleados, que se basan en la productividad interior y en la satisfacción por el trabajo efectuado.

La evolución que ha experimentado la gestión de recursos humanos a lo largo del tiempo, se debe en gran parte, a las diferentes concepciones acerca de la naturaleza y cometido de las personas en la organización, al avance en los términos administración de personal y gestión, a la concepción y desarrollo de nuevas teorías en el área administrativa, y a los progresos y análisis llevados a cabo por el órgano encargado de la administración y gestión de las personas en las empresas actuales.

Este campo investigativo desarrollado por las empresas, sitúa a la Gestión del Talento Humano como un método innovador y de gran trascendencia, que considera al elemento humano de las organizaciones empresariales, como un recurso generador de beneficios mediante la utilización de herramientas de información, tecnología y conocimiento. El término Recurso Humano se contempla como un instrumento necesario para mejorar las funciones empresariales, mientras que el término Talento Humano se refiere al capital humano, que incluye habilidades, pensamientos y acciones, en toda la organización.

De acuerdo con Chiavenato (2002), esta concepción de la gestión moderna del personal denominada Gestión del Talento Humano, permite la colaboración eficaz de las personas para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales y depende de la cultura organizacional, de la estructura empresarial, del contexto ambiental, del negocio de la empresa y de la tecnología, entre otras consideraciones.

CALIDAD DE LOS SERVICIOS

En la actualidad la gestión de la calidad de los servicios, obliga a las empresas a generar altos niveles de excelencia en sus prestaciones, a fin de obtener rentabilidades relacionadas con: la cuota de mercado, la productividad, los costes, la motivación de los recursos humanos, la competitividad, la fidelidad, la captación de nuevos clientes y la innovación y avances tecnológicos, entre otros. Dicha gestión de la calidad de los servicios ha adquirido si cabe, una mayor importancia, al convertirse en una estrategia imprescindible para el éxito de las empresas del sector terciario.

En vista de este planteamiento, vale la pena mencionar que según Serrano et al. (2003), existen dos escuelas que definen el estudio, gestión y medición de la calidad de servicios; la Escuela Nórdica, constituida por las aportaciones de Crosby (1979), Gronroos (1984), Gummesson (1978) y Lethinen (1991), quienes analizan dos tipos de calidad; la "calidad técnica (lo que espera el cliente del servicio) y la calidad funcional (la manera en cómo se ofrece)", que influyen

en la imagen creada por la organización ante sus clientes y la Escuela Norteamericana, formada por Parasuraman, Zeithalm y Berry (1985) y (1988), quienes consideran un Modelo de Calidad de Servicios basado en las deficiencias de la prestación del servicio, tomando en cuenta las expectativas y percepciones de los clientes. A este respecto, Setó (2003) menciona que "la calidad de los servicios se basa en las percepciones de los clientes y en sus expectativas del servicio demandado y recibido".

En este contexto, Parasuraman et al. (2005), afirman que la calidad del servicio se refiere a la proveniente de todas las interacciones del cliente y de sus experiencias con las organizaciones, para la percepción del servicio recibido. Entre los autores más antiguos que han tratado este tema, se pueden mencionar a Grönroos (1982); Lehtinen y Lehtinen (1982); Lewis y Estampidos (1983); Parasuraman, Zeithaml, y Baya (1985); Sasser, Olsen, y Wyckoff (1978).

A efectos de este trabajo, resulta imprescindible analizar la gestión de la calidad de los servicios, conjuntamente con la gestión de los recursos humanos, porque son aspectos de interés mutuo, que se producen en las empresas para promover de manera permanente, las prácticas y actividades orientadas hacia la prestación de un buen servicio, por medio de aquellas actitudes y comportamientos, que permitan optimizar la calidad en pro de la satisfacción del cliente.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Hernon (2002), afirma que la cuestión de la calidad de los servicios se compone de una estructura cognoscitiva que se orienta hacia los factores que forman parte de las percepciones del cliente y que para éste, dicha calidad proviene de la satisfacción obtenida. En esta línea argumental, el mencionado autor considera a la citada satisfacción como un antecedente de la calidad, porque se basa en la respuesta emocional del cliente. Para la organización empresarial, el hecho de ofrecer un buen servicio implica la consideración del tipo de clientela con que cuenta la misma, así como la determinación del camino a seguir para elevar al máximo, la excelencia del mencionado servicio.

Para el cliente resulta complicado valorar la calidad del servicio demandado, porque dicha valoración se basa en la medida que se realiza la prestación por parte de la empresa proveedora y también por la intangibilidad del propio servicio; de esta manera, el grado de satisfacción proviene de la comparación entre las expectativas del servicio y el desempeño del que lo ofrece, es decir; el resultado final entre la prestación del servicio y la forma en cómo se preste éste. De acuerdo con Casado et al. (2002), la satisfacción del cliente depende directamente de la gestión y del seguimiento del momento de la coincidencia con el servicio, denominado también como "el momento de la verdad", según Bitner, Hubbert y Gronroos, (1994).

TENERIFE: UN DESTINO TURÍSTICO

Según estadísticas que aparecen reflejadas en las páginas Web: www.webtenerife.com y www.canarias-turismo.com, así como en publicaciones periódicas de revistas insulares y extranjeras de proyección internacional [revista editada por el Centro de Iniciativas y Turismo (C.I.T)], la isla de Tenerife aparece como un destino turístico de gran relevancia en el conjunto del territorio español.

Durante el primer trimestre del año actual, Canarias fue la Comunidad Autónoma que ocupó el segundo puesto como destino principal de los turistas que visitaron España en dicho período, con un 24,8% del total, según las estadísticas del

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, lo que supone una mejora de su posición con respecto al año anterior, en el que ocupó el tercer lugar.

En relación a la Comunidad Autónoma de Canarias, la isla de Tenerife para dicho período del año 2006, ha sido la que ha presentado el mayor nivel porcentual de turismo receptivo en el Archipiélago y también la de mayor crecimiento, el 6,61% con respecto al año 2005, según la Conserjería de Turismo del Gobierno de Canarias. En lo que respecta a esta investigación, estas características se consideran relevantes, porque realzan la importancia que tiene la Isla de Tenerife, dentro de la Comunidad de Canarias como destino turístico principal, el cual está experimentando un turismo ecológico, rural y senderista. Es elegido primordialmente por los turistas y viajeros provenientes de países pertenecientes a la Comunidad Económica Europea, como Alemania y el Reino Unido, entre otros; todo esto requiere para la isla una eficiente y eficaz labor de la empresa de transporte interurbano, para promover y facilitar el acceso y traslado interno por la isla, de todos sus usuarios.

HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los fundamentos teóricos y con el significado de esta investigación, trataremos de encontrar respuesta a un conjunto de interrogantes relacionados con la Calidad de los Servicios, la Gestión de los Recursos Humanos y la Satisfacción de la Clientela, en TITSA.

H1: El buen estado de las estaciones, paradas y unidades de transporte; la atención de los empleados; el cumplimiento de los horarios de llegada y salida; el tiempo de espera entre cada unidad de transporte; y la comunicación adecuada en la relación empleado-cliente; son factores que influyen positivamente en el nivel de calidad de los servicios de la empresa.

H2: Mientras más se fomente la conveniente atención así como la comunicación adecuada entre los empleados y la clientela, mayor será el éxito en la gestión de los recursos humanos realizada por la empresa.

H3: La promoción del buen estado de las estaciones y paradas; así como de las unidades de transporte; el esmero de los empleados hacia la prestación de los servicios; el cumplimiento de los horarios de llegada y salida; los tiempos de espera entre las unidades de transporte, y la comunicación efectiva entre los empleados y la clientela, generan una mayor satisfacción en los usuarios.

METODOLOGÍA

ÁMBITO DE ESTUDIO.

Para tratar de identificar a los factores que influyen en la calidad del servicio y en la gestión de los recursos humanos hacia la satisfacción de la clientela, se ha realizado un estudio de carácter empírico en el ámbito de la empresa Transportes Interurbanos de Tenerife S, A, (TITSA).

De acuerdo con Sarabia (1999), este estudio posee un carácter empírico, porque pertenece al universo real de los hechos, es decir, por seguir una orientación que contempla la existencia de un mundo real, que permite el contraste de teorías mediante la aplicación de procedimientos y conocimientos científicos, que no conforman una verdad absoluta. Además, esta investigación está enmarcada en un análisis de campo, porque la recolección de los datos se realizó en el lugar donde ocurrieron los hechos; en este caso en dos estaciones de "guaguas" localizadas en la zona sur de la isla:

(Granadilla y Costa Adeje) y en una parada preferencial: (Los Cristianos). También ha sido catalogada como una investigación de índole descriptiva, porque representa una determinada situación, rodeada de características específicas, como la calidad de los servicios prestados por la empresa de transporte y la satisfacción de sus usuarios.

Se ha realizado un trabajo de campo con los datos obtenidos de una encuesta aplicada a una muestra de los usuarios del transporte de TITSA. El instrumento de recolección de datos se diseñó bajo los requisitos establecidos por Sarabia (1999), quien describe el tipo de preguntas a realizar en este caso preguntas con respuestas cerrada simples, en las que el encuestado ha de seleccionar sólo una alternativa posible; este instrumento de medida fue aplicado directamente y la escala de medida de los ítems está basada en la Escala de Likert.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La etapa de recolección de datos requirió la determinación de la población y la selección de la muestra. En este caso, la población está determinada por todos los usuarios del transporte interurbano de la Isla de Tenerife, los cuales representan una cantidad infinita, que las estadísticas de la empresa y otros fuentes del Gobierno de Canarias en su página Web, estiman en 50 millones de pasajeros, en el período 2004-2005.

En consecuencia, se ha delimitado la muestra para seleccionar una porción representativa de la población, la muestra estratificada es un subgrupo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento. En este trabajo se ha seleccionado, de forma aleatoria, a 100 sujetos entre los usuarios de los buses, que fueron encuestados en un período de 7 días y que se repartieron en dos grupos de 50 usuarios, según el tipo de frecuencia con que utilizaron el servicio.

De acuerdo con lo antes expuesto, los 100 usuarios seleccionados aleatoriamente, fueron encuestados entre el 20 y el 26 de marzo de 2006 y se distribuyeron en dos grupos cada uno de ellos estaba formado por 50 personas, de acuerdo con la frecuencia de uso del servicio de transporte: el grupo No.1 usaba las unidades de transporte de manera muy frecuente y el grupo No. 2 de forma regular; pero no tan frecuente. Los grupos se estratificaron en sujetos mayores de 21 años, residentes en Tenerife y usuarios de las estaciones de: Granadilla, Costa Adeje y la parada preferencial de Los Cristianos, ubicadas en la zona sur de la isla.

MEDIDAS EMPLEADAS EN LA INVESTIGACIÓN.

En lo que se refiere a las medidas empleadas en la investigación, se identifica la medición objetiva, los requisitos y las escalas utilizadas, por el modelo ejecutado que se denomina Modelo de Rasch, para la obtención de los resultados, en base a un instrumento de medida y a un método estadístico.

Wright (1977), indica que de los modelos de Teoría de Rasgo Latente propuestos para la medida de las personas, el Modelo de Rasch es uno de los que posee menos componentes, es decir, toma en cuenta sólo un parámetro de habilidad para cada persona y un parámetro de dificultad para cada ítem. Estos parámetros representan las posiciones de las personas y los ítems en la variable latente que ellos comparten y se usan para determinar la probabilidad de éxito que tienen las personas en cada ítem Rasch (1960; 1966a; 1966b); Wright, (1968).

Asimismo, el autor antes mencionado señala que en este modelo se especifican los parámetros de las personas y de los ítems, a través de una función exponencial que permite definir la probabilidad de respuesta exitosa. La manera útil

de entender la lógica de medida defendida por el Modelo de Rasch es tener claro lo que se quiere preguntar, en especial si se refiere a la actuación relativa de las personas sobre determinados ítemes.

Otro autor, Linacre (1998), afirma que el Modelo de Rasch predice un cierto nivel de incertidumbre en el patrón de respuesta de los sujetos y cuándo dicho nivel se excede puede causar distorsión en la exactitud de la medida.

El Modelo de Rasch se define según Oreja (2005), como un modelo logístico para determinar la probabilidad de la respuesta al ítem, la medición conjunta de los parámetros y la determinación de unidad de medida "logia", como expresión de la distancia entre los parámetros del modelo, es decir, se enfoca en ítemes de nivel dicotómico que buscan medir conjuntamente las habilidades de los sujetos encuestados y las dificultades del ítem en su realización. Tiene por objeto ubicar a encuestados e ítemes en una escala simple de variable latente, en la cual los extremos se establecen como alto y bajo.

A partir de la obtención de los resultados, se calcula la probabilidad que indica la diferencia entre los encuestados e ítemes, con respecto a su ubicación en la gráfica. Para la ejecución del modelo es necesario utilizar un programa informático llamado Winsteps/Ministep; la programación tiene que realizarse en un fichero de control que describe los comandos y órdenes de los datos, tomando en cuenta el fichero de datos formados por los resultados del instrumento proveniente de Excel u otra herramienta, hacia el WordPad.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En esta etapa se procedió a evaluar los resultados para proporcionar el análisis requerido con respecto a los ítemes y la interacción con los sujetos, de manera que se determinarán los factores que influyen en la calidad del servicio, la gestión de recursos humanos y la satisfacción de los usuarios. A continuación se presentan los resultados obtenidos en la ejecución del modelo, para los dos grupos de muestras que conforman esta investigación:

En base a las valoraciones de los usuarios, se interpreta que en el grupo 1 y 2 el conjunto de usuarios ubicados por debajo de la media en la gráfica lineal, son influenciados en mayor proporción por los factores referentes al horario de llegada y salida de las unidades, la satisfacción con el servicio, el buen estado de las estaciones, paradas y unidades de transporte y el tiempo de espera entre las unidades de transporte; mientras que la atención de los empleados y la comunicación efectiva entre los empleados y los clientes se sitúa en menor proporción. Aunque para el conjunto de usuarios ubicados por encima de la media, el mayor grado de influencia queda determinado por los factores relacionados con la atención de los empleados y la comunicación efectiva entre los empleados y los clientes, mientras que el horario de llegada y salida de las unidades, la satisfacción con el servicio, el buen estado de las estaciones, paradas y unidades de transporte y el tiempo de espera entre las unidades de transporte, se sitúa en menor proporción. (Ver figuras 1 y 2 en los anexos).

Los valores de fiabilidad se reflejan en los sujetos y en los ítemes por medio de una escala entre 0 y 1, para este caso en el grupo 1, se refleja con un valor de 0,74 para los ítemes y para los sujetos se obtiene un valor de 0,82. En el grupo 2, los ítemes tienen una fiabilidad de 0,73 y los sujetos un 0,75. La validez por medio de los valores de MNSQ, ZSTD y PTMA CORR se presenta en el grupo 1 con desajustes para los sujetos 1, 15, 20, 28, 33, 38 y 44, porque no cumplen con los intervalos de medidas correspondientes. Para el grupo 2, los sujetos 07, 10, 23, 32, 46 y 50.

El análisis de estas escalas de medida, obtenidas en la ejecución del Modelo de Rasch, permite que se puedan aceptar o rechazar las hipótesis planteadas, como se presenta a continuación: La primera hipótesis referida a que si el buen estado de las estaciones, paradas y unidades de transporte, la atención de los empleados, el cumplimiento de los horarios de llegada y de salida de las unidades, el tiempo de espera entre las unidades de transporte y la comunicación efectiva entre los empleados y los clientes, influyen positivamente en el nivel de calidad del servicio de la empresa, se acepta porque son factores que resaltan las necesidades y exigencias de los usuarios. Además según los resultados obtenidos, la mayoría son valorados en escasa proporción; lo que significa que mientras más se promueva la atención de los empleados, la comunicación efectiva con los usuarios, el cumplimiento adecuado del horario del transporte y la reducción del tiempo de espera entre las unidades de transporte, mayor será la calidad de los servicios de la empresa.

En la gráfica de medición conjunta se denota que la atención de los empleados y la comunicación efectiva entre los empleados y los clientes, no están valoradas en su totalidad por los sujetos de la muestra; esto permite aceptar la hipótesis 2, ya que mientras más se promueva una adecuada atención de los empleados y una comunicación efectiva, mayor será el éxito en la gestión de los recursos humanos, lo que a su vez produce que el empleado se sienta complacido y motivado por la empresa para agradar a los usuarios del servicio de transporte y así mejorar su desempeño laboral.

En la hipótesis 3, se plantea que si se promueve el buen estado de las estaciones, paradas y unidades de transporte, la atención de los empleados, el cumplimiento de los horarios de llegada y salida de las unidades, el tiempo de espera entre las unidades de transporte y la comunicación efectiva entre los empleados y los clientes, se generará un mayor grado de satisfacción, este planteamiento es aceptado, porque la satisfacción de los usuarios es uno de los ítemes que presenta poco apoyo por parte de los encuestados.

CONCLUSIONES

A efectos de la calidad del servicio de TITSA, los factores relacionados con el cumplimiento de los horarios de salida y de llegada de las unidades y el tiempo de espera entre cada una son muy importantes, porque afectan de manera directa a la función operativa en el proceso de prestación del servicio y en consecuencia también a la calidad, ya que el factor tiempo está presente en los planes de los usuarios y en los esquemas de trabajo de los empleados. Los resultados arrojados por las encuestas, evidencian que estos factores deben ser puntos referentes para el estudio de la calidad, debido a que el tiempo de espera suele ser muy prolongado y el horario de llegada y salida de las unidades no siempre se cumple con normalidad, siendo ésta una característica principal del servicio.

El buen estado de las instalaciones físicas, como estaciones, paradas y buses es un factor relevante para la investigación, porque se relaciona con el área donde se presta el servicio y requiere del acondicionamiento necesario para lograr la calidad; factor éste que no fue apoyado por la totalidad de los usuarios.

La gestión de recursos humanos se relaciona con esta investigación a través de los ítemes referentes a la atención de los empleados y a la comunicación efectiva en la relación empleado-cliente, ya que para ofrecer calidad en el servicio de transporte interurbano, es imprescindible tomar en cuenta la actuación del personal a la hora de cumplir con sus funciones. Por medio de las repuestas obtenidas en el cuestionario, se observó que la atención y comunicación de los

empleados son factores esenciales y significativos para la calidad del servicio de la empresa, los cuales deben ser promovidos, para incrementar el grado de satisfacción de ambas partes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBRECHT, K. (1998). *La revolución del servicio*. Editorial 3 R. Bogotá, Colombia.
- AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. (2002). *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association*. Editorial El Manual Moderno. 2ª. Edición. México.
- ALONSO, E. Y POZO, C. (2002). "La satisfacción laboral como indicador de calidad". *Capital Humano*. No. 151, pp.38-43.
- BELL, S. Y MENGUC, B. (2002). "The employee-organization relationship, organizational citizenship behaviors, and superior service quality". *Journal of Retailing*. No.78, pp.131-146.
- BROADY-PRESTON, J. Y STEEL, L. (2002). "Employees, customers and internal marketing strategies in LIS". *Library Management*. Vol. 23, No. 8/9, pp.384-393.
- CANARIAS. "TENERIFE". Recuperado el 10 de mayo de 2006, de http://canarias-turismo.com/es/sobre_canarias/index.php
- CASADO, A. B.; MÁS, F. J. Y AZORÍN, A. (2002). "Atribución, satisfacción, calidad percibida e intención de conducta en encuentros de servicios fracasados". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 13, No. 1, p. 45
- CENTRO DE INICIATIVAS Y TURISMO. (C.I.T.). *Revista turismo en Canarias: Tenerife*. Época II. Año XI. No.XVIII-MMV. Santa Cruz de Tenerife.
- CHIAVENATO, I. (2001). "Advances and challenges in human management in the new millennium. Public Personnel Management Association". Recuperado de la base de datos http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qa3779/ai_n8951506.
- CHIAVENATO, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá, Colombia.
- CLAVER, E., GASCÓ, J. Y TAVERNER, L. (2001). *Los recursos humanos en la empresa: un enfoque directivo*. Editorial Civitas. Madrid, España.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. Y BAPTISTA LUCIO, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw Hill. México.
- HERNON, P. (2002). "Quality: new directions in the research". *The Journal of Academic Librarianship*. Vol. 28, No. 4, pp.224-31.
- HUETE, L. (2003). *Servicios y beneficios*. Ediciones Deusto. Barcelona, España.
- LINACRE, J. (1998). "Diseño de mejores pruebas utilizando la Técnica de Rasch". Ponencia Magistral de III Foro Nacional de Evaluación Educativa. Recuperado de la base de datos: <http://www.rasch.org/memo68.htm>
- LINACRE, J. (1991-2006). *A User's Guide to WINSTEP S-MINISTEP, Rasch-Model Computer Programs*. www.winsteps.com. Recuperado de la base de datos: <http://www.mec.es>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA TURISMO Y COMERCIO. Instituto de estudios turísticos. *Información estadística de Canarias: Tenerife*. Recuperado el 10 de mayo de 2006, de <http://www.iet.tourspain.es/paginas/mapa.aspx?>
- OREJA, J. R. (2005). *Introducción a la medición objetiva en Economía, Administración y Dirección de empresas: El Método Rasch*. Documento de trabajo del Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna. Número, 2005/47. <http://webpages.ull.es/users/iude/publi-documentos/iude-0547.pdf>
- OTERO, C. Y GARCÍA, T. (2004). "Empowerment, formación orientada al servicio, satisfacción y lealtad de los empleados de contacto". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 13, No. 4, pp.87-100.

- PALKAR, A. (2004). "Determinants of Customer Satisfaction for Cellular Service Providers". *Sinhgad Institute of Management and Computer Applications*. Vol. 28, No. 1, pp.1-10.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. Y MALHOTRA, A. (2005). "E-S-QUAL. A multiple-item scale for assessing. Electronic service quality". *Journal of Service Research*. Vol. 7, No. 3, pp.213-233.
- RASCH, G. (1980): *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests* (Expanded ed.) Chicago: University of Chicago Press, en origen publicado en 1960.MESA Press.
- RODRÍGUEZ, J. M. (2004). "El desarrollo interno de los recursos humanos como fuente de ventaja competitiva para la empresa". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 13, No. 2, pp.119-136.
- SARABIA, F. (1999). *Metodología para la investigación en Marketing y Dirección de Empresas*. Ediciones Pirámide. Madrid, España.
- SCHNEIDER, B. (1994). "HRM. A service perspective: towards a customer focused HRM". *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 5, No.1, pp.64-76.
- SERNÁ, H. (1999). *Servicio al cliente. 3 R editores*. Segunda edición. Bogotá, Colombia.
- SERRANO, A. M. Y LÓPEZ, M. C. (2002-2003). "Modelos de gestión de la calidad de servicio: síntesis comparativa y formulación de una propuesta integradora". *Anales de Economía y Administración de Empresas*. No. 10 y 11, p. 277.
- SETÓ, D. (2003). "La relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y la fidelidad de Servicio". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 14, No. 1, 141-156.
- TRANSPORTE INTERURBANO DE TENERIFE (T.I.T.S.A). *Empresa*. Recuperado el 5 de mayo de 2006, de <http://www.titsa.com>
- TURISMO DE TENERIFE. "Descubre Tenerife". Recuperado el 10 de mayo de 2006, de <http://webtenerife.com>
- WRIGHT, B. (1977). "Solving Measurement Problems with the Rasch Model". *Journal of Educational Measurement*. No. 14, pp.97-116. Recuperado de la base de datos: <http://www.rasch.org/memo42.htm>

ANEXOS

Figura 1. Grupo 1: Medición conjunta

TABLE 1.0 satisfaccion de los usuarios		ZOU992WS.TXT Jun 15 22:42 2006	
INPUT: 50 usuarios, 6 Satisfaccions		MEASURED: 50 usuarios, 6 Satisfaccions, 5 CATS	

	usuarios -MAP- Satisfaccions		
	<more> <rare>		
122			12 +
121			+
120			+
119			+
118			+
117			+
116			+
115			27 +
114			T+
113			+
112			+
111			+
110			+
109	02	11	35 48 +
108			+
107			+
106	36	43	45 50 +
105			20 23 S+T
104			+
103		06	22 32 + CONDICIONE TIEMPO DE
102			+S
101		15	38 39 +
100			+M HORARIO DE SATISFACCI
99			+
98			33 +S COMUNICACI
97	08	09	10 28 44 M+ ATENCION D
96			30 +
95			24 25 +T
94			+
93		05	21 47 +
92			13 +
91		19	26 29 31 +
90	07	34	40 41 42 49 +
89			+
88		14	16 17 18 S+
87			01 03 37 +
86			+
85			+
84			+
83			04 46 +
			<less> <frequ>

Figura 2. Grupo 2: Medición Conjunta

TABLE 1.0 satisfaccion de los usuarios ZOU784WS.TXT Jun 16 1:23 2006
 INPUT: 61 usuarios, 6 Satisfaccions MEASURED: 50 usuarios, 6 Satisfaccions, 5 CATS

	usuarios		-MAP-		Satisfaccions		
			<more>		<rare>		
113				+			
			12				
112				+			
111				T+			
			27				
110				+			
109			06	45	+		
108				+			
107				+			
	11	35	42	48			
106				+			
105				S+			
	20	25	36	50			
104				+T			
103			02	32	39	+	
			15	22	24	TIEMPO DE	
102				04	+S	CONDICIONE	
101				+		HORARIO DE	
100				29	43		
				+M		SATISFACCI	
	09	17	21	31			
99				M+			
98				+S			
			08	30	44	ATENCION D COMUNICACI	
97				05	+		
96				14	23		
				46	+T		
95	10	19	34	38	41	47	+
94						+	
93			13	28	40		
						+	
						S	
92			07	33	37	+	
91			16	18	26	+	
90						+	
89				01	49		
						+	
88						+	
87						+	
						T	
86						+	
				03			
85						+	
						<less>	<frequ>