

---

# MODELOS DE RASCH EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. 2015

---

## Homenaje al profesor Pedro Álvarez Martínez

Coordinadores: Dr. D. Juan Ramón Oreja-Rodríguez y Dr. D. Jaime Febles Acosta

08/10/2016

EDITA:



Fundación Fyde Cajacanarias

Avda. Reyes Católicos, nº 31, 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Colección E-book nº 11

ISBN: 978-84-617-6136-4

Número de Deposito Legal: TF 765-2016

Nota: Este Ebook recoge los trabajos presentados al “X Workshop Internacional sobre Modelos de Rasch en Administración de Empresas. 2015. Homenaje al Profesor Pedro Alvarez Martínez”, organizado por el Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna y celebrado en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo el día 13 de Noviembre de 2015.

PRESANTACION DEL ACTO DE HOMENAJE A PEDRO ALVAREZ MARTINEZ .....	7
1.- PRESENTACIÓN.....	7
2.- INTERVENCIÓN DEL PROFESOR D. FRANCISCO JAVIER REBOLLO CASTILLO .....	9
3.- CARTA DEL PROFESOR D. PEDRO ALVAREZ MARTINEZ.....	10
MEASURING REGIONAL AND ETHNIC IDENTITY USING THE RASCH MODEL ...	12
Thomas Salzberger	
Barbara Stöttinger	
Elfriede Penz	
1.- INTRODUCTION.....	14
2.- CONCEPTUAL FOUNDATION.....	14
3.- THE REGIONAL IDENTITY SCALE DEVELOPMENT PROJECT.....	15
4.- RESULTS OF THE QUANTITATIVE STUDIES .....	16
5.- DISCUSSION AND CONCLUSIONS.....	22
6.- REFERENCES.....	23
COMBINACIÓN DEL MODELO DE RASCH Y TÉCNICAS GEOESTADÍSTICAS PARA CARTOGRAFIAR LA IDONEIDAD CLIMÁTICA DEL CULTIVO DE LA VID .....	25
F. Javier Rebollo	
F. Jesús Moral	
Luis Paniagua	
Abelardo García	
Fulgencio Honorio	
1.- INTRODUCCIÓN .....	27
2.- MATERIAL Y MÉTODOS.....	28
3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	34
4.- CONCLUSIONES .....	42
5.- REFERENCIAS.....	42
LA FELICIDAD ORGANIZACIONAL EN PORTUGAL: UN ANÁLISIS BASADO EN LA ESCALA DE LA FELICIDAD ORGANIZACIONAL. ....	45
José Manuel Brás-dos-Santos	
Georg Dutschke	
1.- INTRODUCCIÓN .....	46
2.- MUESTRA Y MÉTODOS.....	49
3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	51

4.- CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	56
5.- BIBLIOGRAFÍA .....	58
6.- ANEXO.....	63
<b>ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN TURÍSTICA Y DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE TENERIFE Y PERFIL DEL TURISTA .....</b>	
<b>66</b>	
Teodoro Ravelo Mesa	
María del Carmen Moreno Perdigón	
Vidina Díaz Padilla	
1.- INTRODUCCIÓN .....	67
2.- MARCO CONCEPTUAL .....	69
3.- METODOLOGÍA .....	71
4.- BASE DE DATOS Y SU ESTRUCTURACIÓN.....	72
5.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	75
6.- CONCLUSIONES .....	81
7.- BIBLIOGRAFÍA .....	83
8.- ANEXOS.....	86
<b>CONTEXTO TECNOLÓGICO DEL E-CRM OPERACIONAL EN LAS EMPRESAS HOTELERAS ESPAÑOLAS.....</b>	
<b>87</b>	
Zenona González Aponcio	
Margarita Calvo Aizpuru	
1.- INTRODUCCIÓN .....	88
2.- MARCO TEÓRICO .....	89
3.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	92
4.- RESULTADOS E INTERPRETACIÓN .....	96
5.- CONCLUSIONES .....	101
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	102
<b>RAZONES PARA IMPLANTAR LA GESTIÓN POR PROCESOS. COMPARACIÓN ENTRE CARDIFF Y CANTABRIA.....</b>	
<b>106</b>	
Lidia Sanchez-Ruiz	
Beatriz Blanco	
Ann Esain	
1.- INTRODUCCIÓN .....	107
2.- MARCO TEÓRICO .....	108

3.- METODOLOGÍA .....	112
4.- RESULTADOS.....	114
5.- CONCLUSIONES .....	117
6.- BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS.....	118
7.- ANEXOS .....	121
<b>LA FORMACIÓN DE LA LEALTAD DE LOS JÓVENES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.....</b>	<b>123</b>
José Alberto Martínez González	
Eduardo Parra López	
1.- EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA LEALTAD EN LÍNEA, REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	124
2.- ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	131
3.- CONCLUSIONES .....	144
4.- ANEXOS .....	147
5.- BIBLIOGRAFÍA .....	148
<b>ANÁLISIS LONGITUDINAL DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE LA EMPRESA ESPAÑOLA EN EL USO DE LA DIRECCION ESTRATEGICA EN LA SOFISTICACIÓN EMPRESARIAL Y SUS FACTORES DETERMINANTE) .....</b>	<b>157</b>
Sara Rocío Hernández	
Juan Ramón Oreja-Rodríguez	
1.- INTRODUCCIÓN .....	158
2.- BASE TEÓRICA.....	159
3.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	160
4.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....	170
5.- CONCLUSIONES .....	186
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	187
<b>ANÁLISIS DEL EWOM (ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH) EN HOTELES: UNA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE RASCH .....</b>	<b>189</b>
María del Carmen Moreno Perdigón	
Desireé González Santa Ana	
1.- INTRODUCCIÓN .....	190
2.- MARCO TEÓRICO .....	190
3.- OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	194
4.- RESULTADOS.....	196
5.- CONCLUSIONES .....	203

---

6.- BIBLIOGRAFÍA .....	205
LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL DISEÑO ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA CANARIA .....	208
Zamira Acosta Rubio	
Juan Ramón Oreja-Rodríguez	
Jaime Febles Acosta	
1.- INTRODUCCIÓN .....	209
2.- LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LA EMPRESA .....	210
3.- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	214
4.- ANÁLISIS DE DATOS Y DE RESULTADOS OBTENIDOS .....	218
5.- CONCLUSIONES .....	224
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	225