

---

# MODELOS DE RASCH EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.2016

---

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

**28/10/2017**

EDITA:



Fundación Fyde Cajacanarias

Avda. Reyes Católicos, nº 31, 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Colección E-book nº 12

ISBN: 978-84-697-8195-1

Número de Deposito Legal: TF 1281– 2017

**SOCIAL MEASUREMENT MEETS METROLOGY: CAN THE RASCH MODEL DELIVER? ..... 9**

**Thomas Salzberger**

**(WU Wien)**

**Stefan Cano**

**(Modus Outcomes, UK Office)**

1.- INTRODUCTION..... 10

2.- MEASUREMENT IN THE SOCIAL SCIENCES..... 10

3.- THE REQUIREMENTS OF MEASUREMENT IN THE SOCIAL SCIENCES AND THE RASCH MODEL FOR MEASUREMENT ..... 11

4.- MEASUREMENT AS A MIXED METHODS PROBLEM..... 12

5.- PROLIFERATION OF MEASUREMENT INSTRUMENTS IN MARKETING..... 13

6.- THE CHALLENGE OF METROLOGY ..... 13

7.-THE CURRENT STATUS OF MEASUREMENT IN THE SOCIAL SCIENCES ..... 15

8.- HOW THE SOCIAL SCIENCES WOULD GAIN FROM METROLOGY ..... 15

9.- CONCLUSIONS..... 16

10.- REFERENCES..... 17

**USO DEL MODELO DE RASCH PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE VIDA EN LOS PAÍSES DE LA OCDE Y SU REPRESENTACIÓN GRÁFICA EN UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG)..... 20**

**Francisco Javier Rebollo**

**Francisco Jesús Moral**

**(Universidad de Extremadura)**

1.- INTRODUCCIÓN ..... 21

2.- MATERIALES Y MÉTODOS..... 22

3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN ..... 26

4.- CONCLUSIONES E IMPLICACIONES..... 35

5.- REFERENCIAS..... 36

**UN ANÁLISIS DE PRESCRIPCIONES DE EXPERTOS EN EL MERCADO AUTOMOVILÍSTICO ESPAÑOL ..... 39**

**Isabel Montero-Muradas**

**Juan R. Oreja-Rodríguez**

**(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN..... 40

2.- EL MARKETING DE INFLUENCIA. EL PAPEL DEL PRESCRIPTOR EXPERTO. ....	41
3.- PRESCRIPCIONES DE EXPERTOS EN EL MERCADO AUTOMOVILÍSTICO ESPAÑOL. .....	41
4.- TRABAJO EMPÍRICO.....	47
5.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	51
6.- CONCLUSIONES .....	61
7.- BIBLIOGRAFÍA .....	63
<b>LA RESISTENCIA ANTE EL CAMBIO EN LAS EMPRESAS CANARIAS .....</b>	<b>67</b>
<b>Zamira Acosta Rubio</b>	
<b>Jaime Febles Acosta</b>	
<b>(Universidad de La Laguna)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	68
2.- LA RESISTENCIA AL CAMBIO .....	69
3.- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	76
4.- ANÁLISIS DE DATOS Y DE RESULTADOS OBTENIDOS .....	79
5.- CONCLUSIONES .....	86
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	87
<b>ANALISIS Y DEPURACIÓN DE LA ESCALA DE LA FELICIDAD ORGANIZACIONAL EN PORTUGAL.....</b>	<b>92</b>
<b>José Manuel Brás-dos-Santos, José Manuel</b>	
<b>IADE – Instituto Universitário (Portugal)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	93
2.- MUESTRA Y MÉTODOS.....	94
3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	95
4.- CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	105
5.- BIBLIOGRAFÍA .....	109
6.- ANEXOS .....	112
<b>LA TIPOLOGÍA ESTRATÉGICA DE MILES Y SNOW EN LAS PYMES CANARIAS. UNA APROXIMACIÓN A SU “CICLO ADAPTATIVO” .....</b>	<b>114</b>
<b>Ana María García-Pérez</b>	
<b>Vanessa Yanes-Estévez</b>	
<b>(Universidad de La Laguna)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	115
2.- EL COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS EMPRESAS Y SUS PROBLEMAS	116

3.- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	116
4.- RESULTADOS .....	120
5.- CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	125
6.- REFERENCIAS.....	126
7.- ANEXOS .....	129

**APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LA MEDICIÓN DE RASCH PARA LA VALIDACIÓN DEL CONSTRUCTO “RELACIONES INTERORGANIZATIVAS” DESDE UNA PERSPECTIVA DE RSC .....** 130

**Esperanza Gil Soto**

**María Angeles Sanfiel Fumero**

**Yaiza del Mar Armas Cruz**

**Olga González Morales**

**(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN .....	131
2.- LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS EN UNA CADENA DE SUMINISTROS TURÍSTICA SOSTENIBLE.....	132
3.- LA CALIDAD DE LAS RELACIONES INTERORGANIZATIVAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO TURÍSTICA.....	133
4.- METODOLOGÍA .....	134
5.- RESULTADOS.....	136
6.- CONCLUSIONES .....	140
7.- REFERENCIAS.....	141

**EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EDUCACIÓN. ANÁLISIS CON LA TEORÍA DE MEDICIÓN DE RASCH .....** 143

**Lidia Sánchez-Ruiz**

**Beatriz Blanco Rojo**

**César Goya Salvador**

**Macarena Gallego Méndez**

**(Universidad de Cantabria)**

1.- INTRODUCCIÓN .....	144
2.-MARCO TEÓRICO .....	145
3.- METODOLOGÍA .....	146
4.- RESULTADOS.....	148
5.- CONCLUSIONES .....	154
6.- REFERENCIAS.....	155

7.- ANEXOS .....	156
------------------	-----

**COMPETENCIAS PARA ESTUDIAR Y APRENDER. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES DEL DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS E HISTORIA ECONÓMICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA..... 158**

**José Alberto Martínez González**

**Zenona González Aponcio**

**(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN .....	159
2.- MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	159
3.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	167
4.- RESULTADOS.....	169
5.- CONCLUSIONES .....	181
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	183
7.- ANEXOS .....	191

**PODER DE ATRACCIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE TENERIFE: UN ANÁLISIS COMPETITIVO A TRAVÉS DE RASCH ..... 192**

**Ravelo Mesa, Teodoro**

**Moreno-Perdigón, María del Carmen**

**(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN .....	193
2.- MARCO CONCEPTUAL .....	194
3.- METODOLOGÍA .....	196
4.- BASE DE DATOS Y SU ESTRUCTURACIÓN.....	199
5.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	201
6.- CONCLUSIONES .....	206
7.- BIBLIOGRAFÍA .....	207

**LAS COMPETENCIAS PARA EMPRENDER. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ..... 211**

**José Alberto Martínez González**

**Eduardo Parra López**

**Ángel China Martínez**

**(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN .....	212
2.- LAS COMPETENCIAS PARA EMPRENDER Y MODELO PROPUESTO.....	213

3.- DISEÑO, ANÁLISIS Y RESULTADOS .....	218
4.- CONCLUSIONES .....	231
5.- BIBLIOGRAFÍA .....	234
<b>SISTEMA PORTUARIO DE LA VERTIENTE CANTÁBRICA. ANÁLISIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES CON LA TEORÍA DE MEDICIÓN DE RASCH.....</b>	<b>240</b>
<b>Blanco Rojo, Beatriz</b>	
<b>Sanchez-Ruiz Lidia</b>	
<b>Díaz, Emma</b>	
<b>Barquín Rivera, Miriam</b>	
<b>(Universidad de Cantabria)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	241
2.- ANÁLISIS DE TRÁFICOS E INFRAESTRUCTURAS .....	242
3.- METODOLOGÍA .....	248
4.- RESULTADOS.....	249
5.- CONCLUSIONES .....	252
6.- BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES CONSULTADAS.....	253
7.- ANEXOS .....	256
<b>ANALISIS DE UN TEST DE NIVEL DE CONOCIMIENTO GEOMETRICO MEDIANTE EL MODELO DE RASCH .....</b>	<b>266</b>
<b>María Candelaria Afonso Martín</b>	
<b>Maria Candelaria Espinel Febles</b>	
<b>(Universidad de La Laguna)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	267
2.- METODOLOGÍA .....	268
3.- ANÁLISIS .....	269
4.- CONCLUSIONES .....	273
4.- BIBLIOGRAFÍA: .....	274
<b>UNA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE RASCH AL ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH SOBRE HOTELES .....</b>	<b>275</b>
<b>Moreno Perdigón, María Carmen</b>	
<b>Guzmán Pérez, Beatriz V</b>	
<b>(Universidad de La Laguna)</b>	
1.- INTRODUCCIÓN .....	276
2.- MARCO TEÓRICO .....	277

---

3.- OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	279
4.- RESULTADOS.....	282
5.- CONCLUSIONES .....	287
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	288