



MODELOS DE RASCH EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.2017

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

07/11/2019

EDITA:



Fundación Fyde Cajacanarias

Avda. Reyes Católicos, nº 31, 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Colección E-book nº 13

ISBN: **978-84-09-16448-6**

Número de Deposito Legal: **TF 1011-2019.**

CONTENIDO

IDENTIFICACION DE VARIABLES PRIORITARIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE ZONAS RURALES CON PRESENCIA DE MASAS DE AGUA EN EL ENTORNO, UTILIZANDO EL MÉTODO DE VALORACIÓN CONTINGENTE Y EL MODELO DE RASCH	6
---	----------

**Francisco Javier Rebollo Castillo
A. Sánchez Ríos
F.J. Moral García.
(Universidad de Extremadura)**

<i>1.- INTRODUCCIÓN</i>	<i>7</i>
<i>2.- MATERIAL Y MÉTODOS.....</i>	<i>8</i>
<i>3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN.</i>	<i>16</i>
<i>4.- CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>18</i>
<i>5.- REFERENCIAS.....</i>	<i>19</i>

LA OBJETIVIDAD DE LAS PRESCRIPCIONES DE EXPERTOS EN EL MERCADO DEL AUTOMÓVIL ESPAÑOL.....	22
--	-----------

**Isabel Montero Muradas
Juan Ramón Oreja Rodríguez
(Universidad de La Laguna)**

<i>1.- INTRODUCCIÓN</i>	<i>23</i>
<i>2.- LA PRESCRIPCIÓN DE EXPERTOS EN EL MARKETING DE INFLUENCIADORES. ...</i>	<i>23</i>
<i>3.- EL MODELO UTILIZADO EN LAS PRESCRIPCIONES DE EXPERTOS DEL SUPLEMENTO DE “EL MOTOR (EL PAIS)” EN EL MERCADO AUTOMOVILÍSTICO ESPAÑOL 2015.....</i>	<i>26</i>
<i>4.- TRABAJO EMPÍRICO.....</i>	<i>27</i>
<i>5.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</i>	<i>29</i>
<i>6.- CONCLUSIONES</i>	<i>42</i>
<i>7. BIBLIOGRAFÍA</i>	<i>44</i>

VALIDACION DE UN CONSTRUCTO SOBRE INNOVACIÓN MEDIANTE LA TEORIA DE LA MEDICIÓN DE RASCH. EL CASO DEL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN ESPAÑOL	48
---	-----------

**José Manuel López Fernández (Universidad de Cantabria)
Juan Ramón Oreja-Rodríguez (Universidad de La Laguna)**

<i>1.- INTRODUCCIÓN</i>	<i>49</i>
<i>2.- REVISIÓN DE LA LITERATURA</i>	<i>50</i>
<i>3.- METODOLOGÍA DE MEDICIÓN</i>	<i>55</i>
<i>4.- PROCEDIMIENTO DE DEPURACIÓN.....</i>	<i>58</i>

5.- RESULTADOS.....	63
6.- CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	68
7.- BIBLIOGRAFÍA	69
LA SATISFACCIÓN TURÍSTICA EN LOS HOTELES INDEPENDIENTES Y LOS VINCULADOS A CADENAS HOTELERAS: EL CASO DE CANARIAS	78
<p>María C. Moreno-Perdigón Teodoro Ravelo Mesa Mercedes Melchior Navarro Beatriz Guzmán-Pérez (Universidad de La Laguna)</p>	
1.- INTRODUCCIÓN.....	79
2.- MARCO TEÓRICO	81
3.- CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA.....	85
4.- RESULTADOS.....	90
5.- CONCLUSIONES	94
6.- BIBLIOGRAFÍA	95
HOW DO CUSTOMERS PERCEIVE BENEFITS OF LOYALTY PROGRAMS: THE CASE OF LITHUANIAN GROCERY RETAILING	102
<p>Lidia Sánchez-Ruiz (Universidad de Cantabria) Asta Kyguolienė (Vytautas Magnus University, Lithuania) Beatriz Blanco Rojo (Universidad de Cantabria)</p>	
1.- INTRODUCTION.....	103
2.- PERCEIVED BENEFITS OF LOYALTY PROGRAMS	103
3.- RESEARCH METHODOLOGY.....	105
4.- RESULTS.....	105
5.- CONCLUSIONS.....	114
6.- REFERENCES.....	115
VARIABLES INTERNAS VERSUS VARIABLES EXTERNAS EN LA FORMACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS..	117
<p>José Alberto Martínez González Francisco J. García Rodríguez Carmen Inés Ruiz de la Rosa (Universidad de La Laguna)</p>	
1.- INTRODUCCIÓN	118
2.- MODELO PROPUESTO DE FORMACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	119
3.- DISEÑO METODOLÓGICO.....	123
4.- CONCLUSIONES	131
5.- BIBLIOGRAFÍA	133

ANALISIS DEL ESTILO DE DIRECCION EN LAS EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL DE LAS ISLAS CANARIAS. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA RSC Y EL MODELO DE RASCH 143

**Jaime Febles Acosta
Ernesto Oliva Martín
(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN	144
2.- MARCO TEÓRICO	144
3.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	152
4.- ANÁLISIS DE DATOS.....	156
5.-ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	162
6.- CONCLUSIONES	165
7.- BIBLIOGRAFÍA	166

LA SOFISTICACIÓN EMPRESARIAL DE ESPAÑA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL DURANTE LA GRAN RECESIÓN 170

**Isabel Montero Muradas
Juan Ramón Oreja Rodríguez
(Universidad de La Laguna)**

1.- INTRODUCCIÓN	171
2.- BASE TEÓRICA.....	171
3.- METODOLOGÍA	175
4.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	177
5.- CONCLUSIONES.....	185
6.- BIBLIOGRAFÍA	187

PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PORTUGUESAS: UN ESTUDIO EXPLORATORIO DESTINADO A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ESCALA PORTUGUESA ORIENTADA A LAS PYME 191

**José Manuel Brás-dos-Santos
(Universidade Autónoma de Lisboa)**

1.- INTRODUCCIÓN	192
2.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN, MÉTODOS Y MUESTRA	194
3.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	196
4.- CONCLUSIONES	204
5.- REFERENCIAS.....	206