

# MODELOS DE RASCH EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

---

## AVANCES SECTORIALES

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

26/10/2011



Colección E-book nº 5 de FYDE-Cajacanarias

ISBN: 978-84-695-0933-3

Deposito Legal: TF1262/2011

Editado por:

Fotocopias Campus

C/ Delgado Barreto, nº 32

38200 LA LAGUNA - TENERIFE

## CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DIFERENCIAL DE ÍTEMS. ANÁLISIS DE UN CASO. 1

1.- INTRODUCCIÓN. ....	2
PRIMERA PARTE: MARCO CONCEPTUAL.....	2
2.- SESGOS (BIAS) Y FUNCIONAMIENTO DIFERENCIAL DE ÍTEMS .....	2
3.-ASPECTOS OPERATIVOS.....	4
SEGUNDA PARTE: TRABAJO EMPÍRICO. ....	8
4.- ANÁLISIS DE UN CASO. ....	8
5. - BIBLIOGRAFÍA .....	17
6 ANEXOS.....	20

### LA INNOVACION EN LOS PUERTOS COMERCIALES ESPAÑOLES: DIFERENCIA SEGÚN NIVELES DE

#### TRAFICO E INVERSION.....22

1. INTRODUCCIÓN .....	23
2. METODOLOGÍA .....	25
3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	30
4. CONCLUSIONES.....	33
5. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE DATOS CONSULTADAS.....	34
ANEXOS.....	35

### APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA RASCH PARA EL ESTUDIO DE LAS POLÍTICAS DE GESTIÓN

#### MEDIOAMBIENTAL APLICADAS EN LAS PYMES CANARIAS .....40

1.INTRODUCCIÓN .....	41
2.LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y LA ESTRATEGIA CORPORATIVA .....	42
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	44
4.RESULTADOS.....	46
5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO .....	49
6.BIBLIOGRAFÍA .....	51
ANEXOS.....	52

### ESTUDIO DE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL DESTINO TENERIFE MEDIANTE EL MODELO RASCH .....59

1.INTRODUCCIÓN .....	60
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	62
3. METODOLOGÍA .....	64

4. MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	66
5. CONCLUSIONES.....	74
6. BIBLIOGRAFÍA .....	75
<b>LAS FERIAS SEGÚN EL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL WORLD ECONOMIC FORUM (INFORME DEL AÑO 2009). ....</b>	<b>79</b>
1.- INTRODUCCIÓN .....	80
2.-COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	81
3.- LOS RECURSOS CULTURALES COMO FACTOR DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA .....	83
4.- TRABAJO EMPÍRICO .....	85
5.- CONCLUSIONES .....	92
6. - BIBLIOGRAFÍA .....	92
<b>ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DEL TURISMO EN TENERIFE Y SU EVOLUCIÓN A TRAVÉS DEL MODELO DE RASCH .....</b>	<b>97</b>
1.- INTRODUCCIÓN .....	98
2.- METODOLOGÍA.....	99
3.- BASE DE DATOS Y SU ESTRUCTURACIÓN .....	99
4.- ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	106
5. BIBLIOGRAFÍA .....	113
6. ANEXOS .....	115
<b>ANÁLISIS DE LA COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN EN LOS PUERTOS COMERCIALES ESPAÑOLES</b>	<b>121</b>
1. INTRODUCCIÓN .....	122
2. METODOLOGÍA .....	125
3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	126
4. CONCLUSIONES.....	132
5. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE DATOS CONSULTADAS .....	132
6. ANEXOS .....	134
<b>LA PROFESIONALIDAD Y RESPUESTA FORMATIVA DE LA PYME CANARIA FRENTE A SUS PREFERENCIAS DE MEJORA TECNOLÓGICA .....</b>	<b>136</b>
1.- INTRODUCCIÓN .....	137
2.- LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA Y SUS IMPLICACIONES EN LA GESTIÓN FORMATIVA DEL CAPITAL HUMANO. ....	138
3.- OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA .....	140
4.- ANÁLISIS DE LOS DATOS Y DE LOS RESULTADOS ESTADÍSTICOS DE LA INVESTIGACIÓN. ....	143
5.- CONCLUSIONES.....	148

6.- BIBLIOGRAFÍA .....	150
<b>ANÁLISIS DE LA FERTILIDAD POTENCIAL DE UN SUELO MEDIANTE EL MODELO DE RASCH.....</b>	<b>153</b>
1. INTRODUCCIÓN .....	154
2. MATERIALES Y MÉTODO .....	154
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	156
4. CONCLUSIONES .....	166
5. REFERENCIAS .....	167
<b>APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCESOS DE APOYO NO ASISTENCIALES DE LAS ORGANIZACIONES SANITARIAS: EL CASO DE CANARIAS .....</b>	<b>168</b>
1.- INTRODUCCIÓN .....	169
2.- ANTECEDENTES .....	170
3.METODOLOGÍA .....	172
4.RESULTADOS .....	175
5.CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	184
6.BIBLIOGRAFÍA .....	185
<b>ANÁLISIS DE LA ORIENTACIÓN AL MERCADO INTERNO EN HOTELES DE CUATRO Y CINCO ESTRELLAS A TRAVÉS DEL MODELO DE RASCH.....</b>	<b>188</b>
1.INTRODUCCIÓN .....	189
2.LA ORIENTACIÓN AL MERCADO INTERNO.....	190
3.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	193
4.ESTUDIO EMPÍRICO .....	193
5.RESULTADOS .....	197
6.CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	207
7.BIBLIOGRAFÍA .....	208
<b>DIMENSIONALIDAD DE LAS CAPACIDADES DE MARKETING EN COMUNICACIÓN ADQUIRIDAS POR LAS CASAS RURALES CANARIAS. ....</b>	<b>210</b>
1.INTRODUCCIÓN .....	211
2.MARCO TEÓRICO.....	212
3.OBJETIVO DIMENSIONALIDAD DEL CONSTRUCTO .....	222
4.CONCLUSIONES .....	231
5.LIMITACIONES, IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y FUTURAS INVESTIGACIONES. ....	232
6- BIBLIOGRAFÍA.....	232