

Sistema de Calidad Turístico Español - Revisión de la Literatura

Blanca Urbano Orgaz
E-mail: blancaurbanoorgaz@gmail.com
Universidad de Extremadura, España

José Álvarez García
E-mail: pepealvarez@unex.es
Universidad de Extremadura, España

María de la Cruz Del Río Rama
E-mail: delrio@uvigo.es
Universidade de Vigo, España

Resumen:

El Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE), creado en los años 90, en la actualidad se configura como un conjunto de metodologías, directrices y herramientas de gestión recogidas en Normas de Calidad, que tienen como finalidad última asegurar la calidad del Sector Turístico Español. Cuenta con cuatro modalidades, entre las que destaca la modalidad SCTE-Sectores, que permite a las empresas de los diferentes subsectores turísticos obtener la certificación de la Marca “Q de Calidad Turística”, reconocimiento externo de que tiene implantado un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), que permite adecuar sus servicios a las expectativas y necesidades de sus clientes. El objetivo de este trabajo de investigación es identificar la producción científica que aborda desde diferentes perspectivas la implantación y la certificación de la Marca “Q”, Sistema de Gestión de la Calidad del sector turístico español. La metodología utilizada es el análisis bibliométrico, y bibliográfico de la producción científica recogida en las bases de datos Wos, Scopus, ISOC, ScienceDirect, Redalyc y Scielo. Como resultado, se han identificado 55 artículos, comprendidos entre 1999-2016.

Palabras Clave: Sistema de Calidad Turístico Español, “Marca Q de Calidad Turística”, Análisis bibliométrico.

Abstract:

The Spanish Tourism Quality System (SCTE), created in the 1990s, is currently configured as a set of methodologies, guidelines and management tools included in Quality Standards, whose ultimate purpose is to ensure the quality of the Spanish Tourist Sector. It has four modalities, among which the SCTE-Sectors modality, which allows the companies of the different tourist subsectors to obtain the certification of the "Q of Tourism Quality" brand, external recognition of which has implemented a Management System of the Quality (QMS), which allows to adapt its services to the expectations and needs of its customers. The objective of this research work is to identify the scientific production that approaches from different perspectives the implementation and certification of the "Q" Brand, Quality Management System of the Spanish tourism sector. The methodology used is the bibliometric and bibliographic analysis of the scientific production collected in the

databases Wos, Scopus, ISOC, ScienceDirect, Redalyc and Scielo. As a result, 55 articles have been identified, ranging from 1999-2016.

Keywords: Spanish Tourist Quality System, "Q of Tourism Quality", Bibliometric analysis.

1. Introducción

El sector turístico constituye uno de los principales motores económicos a nivel mundial. Según lo muestran las cifras de la World Tourism Organization- UNWTO (2016); los turistas internacionales a escala mundial han pasado de 674 millones en 2000 a 1.186 millones en 2015, y sus ingresos han pasado de 495.000 millones de dólares en 2000 a 1.260.000 millones en 2015. El turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, teniendo el sector en los últimos cuatro años, un crecimiento superior al del comercio mundial.

En el caso de España, incluso en el actual contexto de crisis económica-financiera iniciada a finales del año 2007, este sector ha sido uno de los pocos que mostró capacidad para crecer y crear empleo, así como, de resiliencia en sus niveles de competitividad (Aznar et al., 2016). En este sentido, desde la década de los 60, y a excepción de determinados periodos, el turismo ha contribuido muy positivamente tanto a la economía nacional española (113.690 millones de euros en 2014, 10,9% del PIB, según datos de la Cuenta Satélite del Turismo de España del Instituto Nacional de Estadística-INE), como a la sociedad en general (Sánchez et al., 2014).

Sin embargo, el sector turístico es un sector complejo y uno de los más dinámicos dentro de la economía (Damian y Suárez, 2015), siendo necesaria su continua adaptación a las exigencias del mercado. Por ello, a principios de los años 90, no solo en España, sino también a nivel internacional, se empieza a tomar conciencia de la importancia de la calidad en el sector para garantizar dicha competitividad. En este contexto, en 1997 se crea el Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE), con el fin de mantener la competitividad a través de la calidad. El sistema se organizó en cuatro modalidades distintas, entre las que destacan las modalidades SCTE-Sectores y SCTE-Destinos. Así, tal y como se indica desde Turespaña (s.f.), este sistema se diseñó específicamente para el sector turístico español, y se configuró como un conjunto de metodologías de gestión de la calidad que relacionan estrechamente los conceptos de calidad, competitividad y sostenibilidad.

De esta forma, y a diferencia de lo que ocurría hace años, en los que la calidad no era valorada debido en gran medida a que la demanda era mayor que la oferta (Portela et al., 2015), en la actualidad se convierte en un elemento esencial para las empresas del sector turístico (de la

Banilla y Valdés, 2016). Según Cánoves et al. (2004), el elemento más visible del SCTE es la “Q de calidad Turística”, marca propia y única en el mundo (Álvarez et al., 2014b). Así, esta certificación ha ido ganando reconocimiento en el tiempo, tanto por parte de las empresas turísticas, como por los turistas, de manera que, como señalan Gutiérrez y Rubio (2009), la implantación de sistemas de calidad en este sector ha seguido un crecimiento importante.

Del mismo modo, en los últimos años han surgido un elevado número de investigaciones con el objetivo de analizar diferentes aspectos del SCTE, así como su efecto a diferentes niveles, como son a nivel de empresa en términos de rentabilidad, su percepción por parte de los turistas, o en términos generales del sector a nivel nacional (Huertas-García, 2005; Álvarez-García et al., 2012, 2013, 2014a,b; Sánchez-Ollero et al., 2014; Portela-Maqueira et al., 2015; Aznar et al., 2016; Fuentes-Medina et al., 2016, entre otros).

El objetivo de este trabajo es identificar la investigación que sobre el Sistema de Calidad Turístico Español se ha realizado. La metodología utilizada es el análisis bibliométrico y bibliográfico de la producción científica registrada en las bases de datos WoS, Scopus, ISOC, ScienceDirect, Redalyc y Scielo.

Este artículo se estructura en cinco secciones. En la introducción se contextualiza el tema objeto de estudio y se plantea el objetivo de la investigación, y en la segunda sección se describe los puntos clave del Sistema de Calidad Turístico Español. A continuación, se expone la metodología de trabajo y en la cuarta sección se presentan los resultados. Finalmente, en la última se recogen las conclusiones obtenidas del análisis bibliométrico y bibliográfico realizado, así como, se presentan las limitaciones de la investigación.

2. El Sistema de Calidad Turístico Español

El origen del Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) se encuentra a principios de los años 90, cuando tanto en España como a nivel internacional, se empezó a tomar conciencia de la necesidad de diferenciar al sector turístico por medio de la calidad (García, 2005). Entre las razones por las que se produce esta toma de conciencia y la tendencia seguida a nivel internacional, se encuentra el aumento de la competencia causada, en gran medida, por los nuevos destinos que estaban emergiendo (Álvarez et al., 2013). Además, las políticas europeas tampoco se quedaron al margen al señalar la necesidad de aplicar la calidad en el sector turístico, destacando cuatro elementos esenciales para la Gestión de la Calidad con éxito: asociación, liderazgo, estrategia y seguimiento y evaluación (Millán, 2004).

En España, teniendo en cuenta que “debido a la naturaleza y características de los servicios, la calidad no se puede gestionar igual que en los productos” (Gutiérrez y Rubio, 2009:134), se empieza a definir Sistemas Técnicos de Calidad propios para el sector. Esta nueva estrategia,

presentó como principal diferencia con respecto a la anterior, la sustitución de la competitividad, prioridad en los programas de apoyo al sector turístico FUTURES I y II, por la calidad integral como prioridad (Almeida, 2012).

Así, tras dos proyectos piloto, desarrollados entre los años 1994 y 1996, y a petición del sector privado, en 1997 se pone en marcha el Plan Integral de Calidad Turística Español (PICTE), diseñado por la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, con el objetivo de crear una metodología común para la implantación de la calidad en todos los subsectores turísticos (Huertas, 2005). A su vez, se desarrolló el Instituto para la Calidad Hotelera Española (ICHE), antecesor del actual Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Como resultado, el ICTE, asociación privada, independiente y sin ánimo de lucro, desarrolló el Sistema de Calidad Turístico Español (Cánoves et al., 2004). Para su diseño, se tomó como referencia el Modelo Europeo de Excelencia Empresarial (EFQM) y se estableció su compatibilidad con otros sistemas de gestión de la calidad internacionales, como la normativa ISO 9001. A mayores, se creó un distintivo propio de calidad para el sector turístico español, la Marca “Q de Calidad Turística” (Fernández, 2004).

Con el paso de los años, el Sistema ha ido evolucionando y adaptándose a las nuevas necesidades del entorno globalizado (Martínez et al., 2015), al igual que los turistas, cada vez más informados, experimentados y sofisticados, (Huertas, 2005). De esta forma, en la actualidad está enmarcado en el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, y se constituye como un conjunto de metodologías que tratan de relacionar estrechamente los conceptos de calidad, competitividad y sostenibilidad (Turespaña, s.f.).

El Sistema de Calidad Turístico Español está organizado en 4 modalidades: SCTE-Sectores, SCTE-Destinos, SCTE-Anfitriones y SCTE-Internacional. Mientras que las dos primeras modalidades consisten en diferentes metodologías que tratan de asegurar la calidad prestada, tanto por parte de los diferentes subsectores del sector turístico, como por parte de los destinos, las dos últimas se configuran como apoyo, desarrollo y mejora de las dos anteriores, no contando con distintivos de calidad propios.

El SCTE-Internacional, es la modalidad encargada tanto de promover la certificación de calidad en el sector turístico español, como de difundir, compartir e intercambiar las diferentes experiencias en calidad turística con otros países, como Argentina, Uruguay y Bolivia (Turespaña, s.f.). Por su parte, el SCTE-Anfitriones, tiene como objetivo preparar a los destinos y a las empresas turísticas allí situadas para que se adapten, a un ritmo adecuado, a los cambios y nuevas tendencias exigidas por el mercado. Para ello cuenta con dos programas propios, SCTE Capital Humano - Cultura del Detalle y SCTE Embellecimiento o Destino en Detalle, orientados tanto a promover la mejora en la atención al cliente así como a incorporar criterios

de embellecimiento, sostenibilidad y accesibilidad en los destinos, situando al turista como centro de atención (Turespaña, s.f. y Anfitriones Turismo, 2017).

Por lo que respecta al SCTE-Destinos, también denominado Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED), es una metodología de gestión de la calidad en el destino turístico que persigue ofrecer una calidad homogénea en todos los servicios prestados al turista en un mismo destino, mejorando así su experiencia. Para las empresas que apliquen esta metodología, SICTED se constituye como un sistema de mejora de su gestión interna, de manera que si cumplen los requisitos, pueden lograr el distintivo “Compromiso de Calidad Turística”, reconocimiento al esfuerzo y al compromiso con la calidad (Turespaña, s.f. y Calidad Turística en Destinos, s.f.).

Como se puede observar, la modalidad SCTE-Anfitriones guarda gran relación con la modalidad Destinos, si bien esta última resulta ser una metodología de gestión de la calidad en el destino con distintivo propio, mientras que la modalidad Anfitriones trata de preparar a los destinos y a las empresas turísticas allí situadas. Todo ello es de gran importancia, ya que, tal y como afirma García (2005:128) “La calidad involucra a todo el negocio y su relación e interdependencia con su entorno”.

Para finalizar, el SCTE-Sectores, se constituye como la modalidad más exigente de las ya presentadas, y por la cual, los establecimientos pertenecientes a los diferentes subsectores turísticos pueden acreditar de manera totalmente voluntaria la calidad de sus instalaciones y servicios prestados mediante la obtención de la certificación “Q de Calidad Turística” otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) (Calidad Turística, s.f. y Calidad Turística Hoy, s.f.).

De esta forma, tal y como indica Huertas (2005), el Sistema de Calidad Turístico Español queda sustentado sobre tres pilares fundamentales: (1) las normas de calidad, por las que se establecen los requisitos y estándares del servicio y del establecimiento que desee obtener la Marca de Calidad, (2) el sistema de certificación, por el cual se establecen los criterios y procedimientos básicos que han de seguir los establecimientos para su obtención, y que serán verificados por medio de auditorías independientes al sistema, y por último, (3) el Ente Gestor, el cual radica en el ICTE, encargado de velar e impulsar el sistema, así como de la normalización, implantación, certificación y promoción de la “Q de Calidad Turística” (Portela et al., 2015).

Esto también es visto así por Casadesús et al. (2010) el cual afirma que a estos 3 pilares fundamentales, se les suma uno más la Marca “Q de Calidad Turística”. Para Millán (2004), los planes de calidad tienen como finalidad última la creación de sellos de garantía de calidad que proporcionen una nueva imagen de calidad turística española, mejorando a su vez el atractivo para el consumidor gracias al desarrollo de diferentes herramientas de gestión empresarial. Así,

una de las mejores garantías que pueden ofrecer las empresas de servicios es tener implantado un sistema de calidad (Fernández, 2004).

La “Q de Calidad Turística” es una marca de calidad propia del sector turístico español y como ya se ha mencionado anteriormente, única en el mundo (Álvarez et al., 2014b). En la práctica, es un sello de calidad considerado prestigioso, ya que muestra el compromiso empresarial con la satisfacción del cliente, diferenciador, debido a que solo pueden obtenerlo los establecimientos que aseguren unos servicios determinados, fiable, gracias a las auditorías externas de control de la calidad, y rigurosa, ya que para obtenerla es imprescindible superar unas pruebas objetivas (García, 2005).

Un aspecto importante a considerar es que el Sistema de Calidad Turístico Español está diseñado por y para el sector turístico, siendo el objetivo último del diseño e implementación de estos sistemas de gestión el asegurar la calidad del servicio prestado al turista (Turespaña, s.f.). Y es que, tal y como señalan Fuentes et al. (2016), hasta ahora, nunca había sido tan importante la satisfacción o insatisfacción del turista, tanto por su repercusión económica directa como indirecta, al condicionar esta satisfacción o insatisfacción a las decisiones de otros posibles clientes y turistas, encontrándose esta en gran medida condicionada por la calidad del servicio prestado. Para realizar esta afirmación, los autores Fuentes et al. (2016) se respaldan en los trabajos realizados por Bolton y Drew, (1991), Danaher y Rust, (1996), Swan y Bowers, (1998), Lee et al. (2000) y Soutar, (2001), en los cuales se determina que existe una relación directa y positiva entre la calidad y la satisfacción del turista.

De esta forma, la implantación y posterior certificación de sistemas de gestión de la calidad ha ido cobrando cada vez más relevancia, al buscar las empresas, tanto el reconocimiento de la calidad por parte de los clientes y su consecuente satisfacción, como la mejora interna de la organización, tanto en su control y gestión, como en la reducción de costes y mejora de su eficiencia (Álvarez et al., 2012).

Como ha quedado patente, la certificación “Q de Calidad Turística” interesa tanto a las empresas, como a los clientes y al sector turístico en general, ya que, esta garantía de calidad, una vez generalizada, transmite una nueva imagen de calidad turística española, así como, una idea de mejora en un segmento tan clave para la economía española (García, 2005). Así, en los últimos años el papel de la Q como diferenciador del producto turístico se ha ido asentando y percibiéndose por las partes (Cánoves et al., 2004).

En consecuencia, la implantación de estos sistemas en el sector ha crecido (Gutiérrez y Rubio, 2009), ya que, como apuntan Tarí et al. (2016), en el sector turístico la calidad es un factor clave de éxito. Por todo ello, la mejora de la calidad del servicio en turismo ha sido una de las mayores preocupaciones en los últimos años (Sánchez et al., 2014), sin embargo, como indican Portela et al. (2015), teniendo en cuenta el entorno actual, la certificación de sistemas de gestión de la

calidad ya no representan solo una ventaja competitiva, sino que ha de ser entendida como un proceso de mejora continua. Para ello, el SCTE y concretamente la “Q de calidad Turística” no solo se encarga de la certificación de la calidad, sino que, además proporciona a las empresas elementos para su autoevaluación, y conlleva un seguimiento posterior al contar con mecanismos de control (Fernández, 2004).

3. Metodología

Para cumplir con los objetivos propuestos en este trabajo se realizó un análisis bibliométrico y bibliográfico. El primero de ellos, como señalan Brandão et al. (2014) citando a Pritchard (1969) y Spinak (1998), es un método multidisciplinar que mediante la aplicación de la estadística y las matemáticas, analiza los aspectos más importantes de la producción científica, como pueden ser la evolución y la tendencia en la publicación de un tema. De esta forma, es preciso señalar que este tipo de estudios tratan sobre análisis descriptivos, y no sobre la valoración de la calidad de los mismos (Durán et al., 2016).

El objetivo como ya se ha mencionado es conocer el “estado del arte” sobre la investigación relativa al Sistema de Calidad Turístico Español, mediante la recopilación, selección y análisis de los artículos en relación al mismo. Para ello, se realizó la búsqueda del material científico (unidad de análisis el artículo) en las bases de datos Web of Science (WOS), Scopus, ISOC (base de datos del CSIC en Ciencias Sociales), ScienceDirect, Redalyc y Scielo, identificándose 55 artículos. Las palabras de búsqueda se recogen en la Tabla 1.

Tabla 1 – Palabras de Búsqueda

Palabras de Búsqueda	Base de Datos	Nº. Artículos
<i>"Sistema de Calidad Turístico Español", SCTE, "SCTE Buenas Prácticas", "Instituto para la Calidad Turística Española", ICTE, "Marca Q", "Q de Calidad Turística", "Q de Calidad", "SCTE Destinos", Calidad, Destinos turismo España, "Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos", SICTED, "SCTE Anfitriones", Calidad Anfitriones Turismo España, "SCTE Internacional", Calidad Internacional Turismo España</i>	WoS	3
	Scopus	18
	ISOC	18
	ScienceDirect	1
	Redalyc	15
	Scielo	0

* Todos los términos de búsqueda se han traducido al inglés para su uso en WoS y Scopus. Se han eliminado los solapamientos de artículos en las diferentes bases de datos. De manera que, los artículos que ya han sido seleccionados en una base de datos, y que aparecen con posterioridad en otra, no son seleccionados. El último año de publicación se ha limitado a 2016; incluir los artículos publicados en 2017 podría introducir errores en el análisis al no presentar datos definitivos.

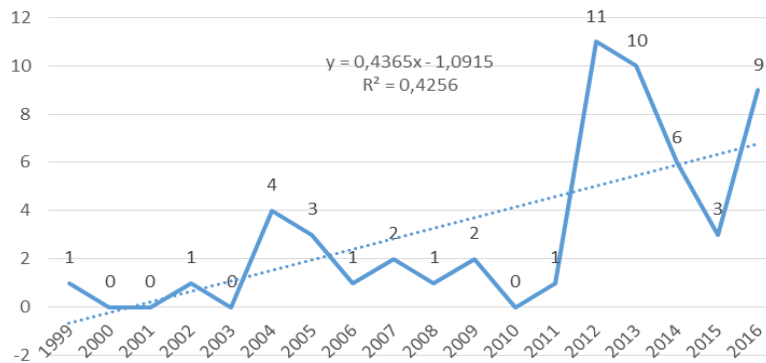
4. Resultados

4.1. Análisis Bibliométrico o Cuantitativo

Productividad por años

Se observa que la primera publicación aparece en el año 1999, siendo muy escasa la producción científica en el periodo comprendido entre 1999-2011 (16 artículos en 13 años). Sin embargo, en el año 2012 y 2013 hay un repunte con 11 y 10 publicaciones respectivamente. Es de destacar, que en los últimos 4 años se concentra el 70,90% de las publicaciones. La línea de tendencia que mejor se ajusta a los datos es lineal con un R2 (coeficiente de determinación) que permite ver el ajuste respecto a los datos (nos informa si existe correlación entre los datos) y pronosticar valores futuros. Si R2 es cercano a +1 ó -1 significa que existe una correlación fuerte entre las variables, lo que permite pronosticar valores futuros con un gran grado de certidumbre. En nuestro caso, aunque la tendencia es a incrementar, el ajuste del modelo es bajo al presentar un R2 de 0,4256.

Gráfico 1 – Evolución Número de Publicaciones (1999-2016)



Productividad Autoral y Co-autoría

Se han identificado 74 autores de los cuales el 77,02% solo han publicado un artículo, dos artículos el 13,51% y el 9,45% tres o más artículos. Los autores más productivos son los investigadores María de la Cruz del Río Rama, José Álvarez García y José Antonio Fraiz Brea con 17, 16 y 13 artículos respectivamente. En la Tabla 2, se recogen los autores con 2 o más artículos.

Tabla 2 – Autores más productivos

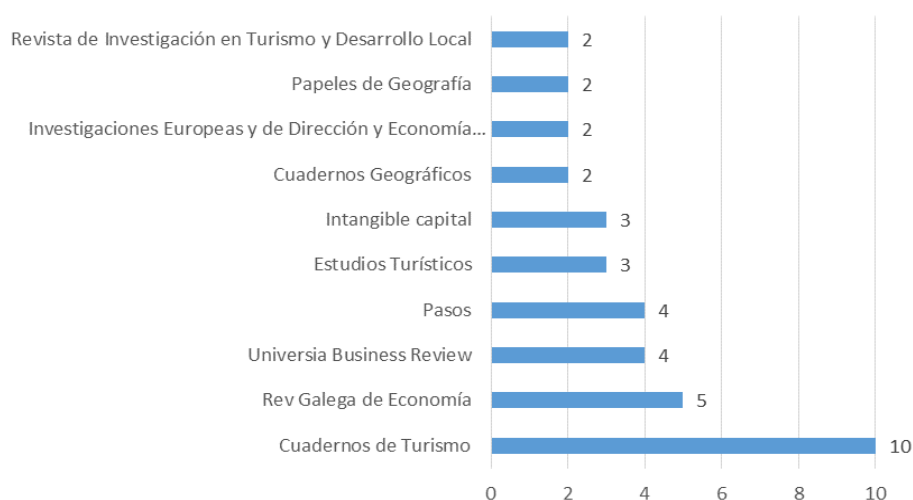
Autores	N. de artículos	Periodo	Universidad
María de la Cruz del Río Rama	17	2008-2016	Universidade deVigo
José Álvarez García	16	2011-2016	Universidade de Vigo (2012-2013) Universidad de Extremadura (2013-en adelante)
José Antonio Fraiz Brea	13	2011-2014	Universidade deVigo
Mercedes Vila Alonso	7	2012-2014	Universidade de Vigo
Juan José Tarí Guilló	4	2012-2016	Universidad de Alicante
Jorge Pereira Moliner	4	2012-2016	Universidad de Alicante
Manuel Martínez Carballo	3	2008-2015	Universidad de A Coruña
Mercedes Millán Escribeche	2	2002-2004	Universidad de Murcia
José A. Corral-Marfil	2	2012	Universidad Vic
Francisco José Molina Azorín	2	2013-2016	Universidad de Alicante
M ^a Dolores López Gamero	2	2013-2016	Universidad de Alicante
Eduardo Guillén Solórzano	2	2015	Universidad de A Coruña
Silvia Portela Maquieira	2	2015	Universidad de A Coruña
José Luis Sánchez Ollero	2	2014-2015	Universidad de Málaga
Alejandro García Pozo	2	2014-2015	Universidad de Málaga
Andrés J. Marchante Mera	2	2014-2015	Universidad de Málaga
Fernando Almeida García	2	2012-2014	Universidad de Málaga

Por otro lado, se observa que más del 64% de los artículos son publicados en coautoría. En el periodo comprendido entre 1999-2009 de los 15 artículos publicados sólo 5 son firmados por más de un autor. Sin embargo, en el periodo 2010-2016, de 38 artículos, 33 cuentan con más de un autor, lo que implica que alrededor del 87% de estos artículos han sido publicados en coautoría.

En resumen, el número de publicaciones en coautoría tiende a aumentar progresivamente hasta llegar a alcanzar la totalidad de los artículos a partir del año 2015. De esta forma, se puede apreciar un cambio de tendencia en relación a la colaboración y la publicación en coautoría con el paso de los años. Además, se identifican claramente dos equipos de investigación que abordan esta temática con mayor profundidad, uno afiliado a la Universidade de Vigo y otro a la Universidad de Alicante.

Revistas

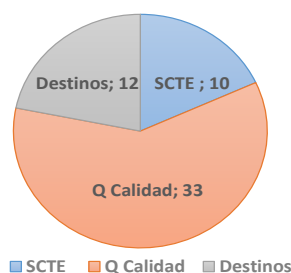
Los documentos han sido publicados en un total de 28 revistas diferentes. De los 55 artículos, 24 aparecen en revistas clasificadas en la categoría “Turismo”, lo que representa aproximadamente el 43% del total (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Revistas de Publicación

La revista Cuadernos de Turismo publicó 10 artículos lo que representa el 18,18% del total, la Revista Galega de Economía el 9% (5), y Universia Business Review, y Revista Pasos, 4 artículos cada una. En conjunto, 4 revistas publicaron el 42% de los artículos sobre esta temática.

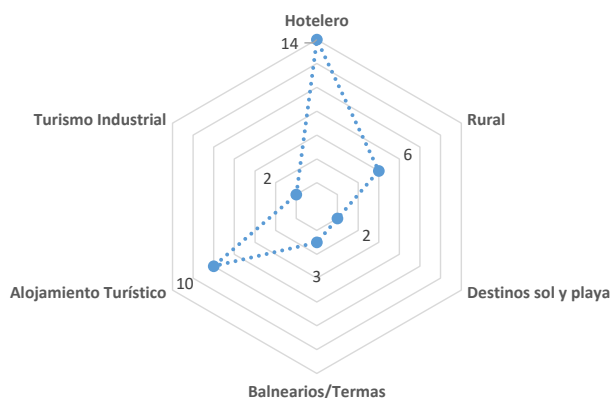
4.2. Análisis Bibliográfico o Cualitativo

En relación a la temática de estudio, destacan los trabajos centrados en el estudio de la implantación y obtención de la Marca “Q de Calidad Turística”, aproximadamente el 60% de los artículos (33 de los 55 revisados). En ellos, se analizan diferentes aspectos; se identifican los motivos para implementar el SGC Marca Q, beneficios percibidos por los establecimientos derivados de la implantación y certificación de la Marca Q y las barreras encontradas en todo el proceso de implantación. El resto de los trabajos abordan el Sistema de Calidad Turístico Español en términos generales, así como, el SCTE Destinos, un total de 10 y 12 artículos respectivamente.

Gráfico 3 – Temática

En lo que respecta a los subsectores en los que se centran los estudios, en el Gráfico 4 se puede observar, que el subsector más analizado es el de alojamiento turístico con 20 artículos (14 centrados en el ámbito hotelero, y 6 en el ámbito rural).

Gráfico 4 – Subsectores/Ámbitos de Estudio



En la tabla 3 se recoge la metodología empleada en las diferentes investigaciones publicadas.

Tabla 3 – Metodologías de Análisis

Metodologías empleadas	Artículos
Análisis descriptivo, factorial y análisis clúster	14
Descriptivo comparativo	6
Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM)	6
Entrevistas	4
Estudio comparativo	5
Metodología hedónica	1
Revisión / descripción de la literatura	19

Así, 19 artículos, que representan el 34,5%, recogen estudios que abordan la revisión de la literatura. Por otro lado, en 14 artículos, que representa el 25,5%, emplean para el análisis de los datos el análisis descriptivo, factorial y clúster y en 6 artículos se utiliza la metodología avanzada de Modelización de Ecuaciones Estructurales.

Finalmente, se han analizado las palabras clave contenidas en los artículos, con el fin de detectar las más empleadas en los estudios relacionados con esta temática (Imagen 1). Como resultado, se han detectado 144 palabras distintas, siendo las palabras más empleadas “Gestión de la Calidad” recogida en 20 de los 55 artículos, lo que supone el 36,6%, “Q de Calidad Turística” recogida en 14 de ellos (25,4%), “Turismo” en 9 (16,4%), o “Alojamiento Turístico” en 6 (10,9%).

Imagem 1 – Nube de Palabras Clave



5. Conclusões

Pretendeu-se com esta comunicação aplicar o Modelo dos Gaps a um contexto real em ambiente empresarial. As direções de sistemas de informação das organizações apresentam cada mais um papel fundamental no seu funcionamento e na prestação de serviços aos seus clientes. Numa instituição bancária estes sistemas têm uma importância acrescida, a sua atividade operacional pode ficar fortemente condicionada por falhas nos sistemas de informação. Como tal, é reforçado o interesse neste tipo de estudo.

O Modelo dos Gaps permite uma abordagem diferenciadora na prestação de serviços, envolvendo e direccionando toda a organização para um objectivo comum: a excelência na qualidade dos seus serviços. Não apenas em termos operacionais, mas também de alinhamento com as expectativas e necessidades dos clientes, dando prioridade ao que o cliente valoriza. Para isso é fundamental a integração do cliente em todas as etapas do processo, levando a que cada vez mais as organizações apostem num relacionamento de proximidade, com o objectivo de alinhar a sua actividade com as expectativas dos clientes e, ao mesmo tempo, ganhar vantagem competitiva.

Pretendeu-se, neste caso de estudo, identificar os quatro gaps sugeridos pelo modelo aplicado à organização em questão, analisar as suas causas e propor medidas de actuação com o objectivo de mitigar estas discrepâncias que, cumulativamente, resultam no Gap principal: discrepância entre o serviço esperado e percebido pelo cliente interno.

A abordagem desenvolvida, com a participação de várias partes interessadas, sugere formas de mitigação das diferentes discrepâncias. Em complemento, propõe-se a aplicação do SERVQUAL como ferramenta de avaliação e monitorização das percepções e expectativas dos clientes internos ao longo do tempo.

Referencias

- Almeida-García, F. (2012). La política turística en España y Portugal. *Cuadernos de Turismo*, 30:9-34.
- Alonso-Almeida, M.D.M., Marimon, F., y Bernardo, M. (2013). Diffusion of quality standards in the hospitality sector. *International Journal of Operations & Production Management*, 33(5):504-527.
- Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M.C. y Fraiz-Brea, J.A. (2012). Análisis de las motivaciones para certificar la marca "Q de Calidad Turística". Sector de alojamiento. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1):101-121.
- Álvarez-García, J., Fraiz-Brea, J. A., y Del Río-Rama, M. C. (2013). Implantación de un sistema de gestión de la calidad: beneficios percibidos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18(63):379-407.
- Álvarez-García, J. Á., del Río-Rama, M.C., Fraiz Brea, J. A., y Vila-Alonso, M. (2014a). Nivel de implementación de la calidad en los balnearios españoles. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2):259-280.
- Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M.C., Vila-Alonso, M., y Fraiz-Brea, J.A. (2014b). Dependence relationship between the critical quality factors and social impact. *Revista de Administração de Empresas*, 54(6):692-705.
- Anfitriones turismo - Formación en turismo. (2017). Recuperado 16 de Mayo de 2017, disponible en: <http://www.anfitriones.es/>
- Aznar, J. P., Bagur, L., y Rocafort, A. (2016). Impacto de la calidad del servicio en la competitividad y rentabilidad: El sector hotelero en la costa catalana. *Intangible Capital*, 12(1):147-166.
- Brandão, C. N., Barbieri, J. C., Junior, E. R., y de Moura-João, C. (2014). Análise da produção científica internacional sobre turismo indígena de 1990 a 2013: um estudo bibliométrico e proposição de uma agenda de pesquisa. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4):673-684.
- Calidad Turística (2009). Recuperado 16 de mayo de 2017, disponible en: http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=home
- Calidad Turística en destinos. (s. f.). Recuperado 16 de mayo de 2017, disponible en: <http://www.calidadendestino.es/>
- Calidad Turística Hoy - Inicio. (s. f.). Recuperado 16 de mayo de 2017, disponible en: <http://www.calidadturistica.com/ESP/m/1/Inicio/Inicio>
- Cánoves, G., Villarino, M., Herrera, L., y Cuesta, L. (2004). Turismo rural en Cataluña y Galicia: algunos problemas sin resolver. *Cuadernos Geográficos*, 34(1):111-128.
- Casadesús, M., Marimón, F., Alonso, M. (2010). The future of standardised quality management in tourism: evidence from the Spanish tourist sector. *The Service Industries Journal*, 30(14):2457 - 2474.
- Castañeda-García, J. A., Rodríguez-Molina, M. Á., Herrera-Camacho, F. J., y Sabiote-Ortiz, C. M. (2013). Análisis de las reacciones del turista ante distintos sellos de calidad para alojamientos rurales. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 17(1):105-126.
- Damian, I.E. y Suárez-Barraza, M.F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible Capital*, 11(2):147-165.
- De la Ballina-Ballina, F.J., y Valdés-Peláez, L. (2016). Los efectos de la combinación de estándares de calidad sobre los resultados empresariales en el sector hotelero. *Universia Business Review*, 4(52):210-221.
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., y Maldonado-Eraza, C.P. (2016). Economía Colaborativa: Análisis de la Producción Científica en Revistas Académicas. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(3):1-20.
- Gutiérrez-Broncano, S. y Rubio-Andrés, M. (2009). El factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: un cambio de cultura en las empresas turísticas. *Cuadernos de turismo*, (23):129-148.
- Escriche-Millán, M. (2004). Turismo en la Región de Murcia: evolución de la oferta turística de interior y su distribución espacial. *Cuadernos de turismo*, (13):51-72.
- Fernández-Cabrera, S.M. (2004). La gestión de la calidad en las empresas hoteleras. *Papers de Turismo*, 36:75-93.
- Fuentes-Medina, M. L., Hernández-Estárico, E. y Morini-Marrero, S. (2016). Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*, (37):203-226.
- García-Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, (15):113-134.

- Huertas-García, R. (2005). Eficiencia de la implantación de sistemas de calidad. Análisis de las empresas hoteleras. *Estudios Turísticos*, 165:33-55.
- Instituto de Turismo Español, Turesspaña (s.f.). Evolución del Sistema de Calidad Turístico Español. Recuperado 25 de febrero de 2017, disponible en: <http://www.tourspain.es/es-es/DesarrolloSostenibilidad/Paginas/SCT.aspx>
- INE (2017) Instituto Nacional de Estadística. Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Disponible en: http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Martínez-Carballo, M., Guillén-Solórzano, E., y Portela-Maqueira, S. (2015). Factores chave de implantación/certificación da norma UNE 302001 de turismo industrial na comunidade autónoma de Galicia. *Revista Galega de Economía*, 24(1):51-62.
- Portela-Maqueira, S., Martínez-Carballo, M., y Guillén-Solórzano, E. (2015). Beneficios de la implantación de la Marca Q de turismo industrial. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4):757-769.
- Sánchez-Ollero, J.L., García-Pozo, A. y Marchante-Mera, A.J. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía/Analysis of the impact of quality certifications on productivity of Andalusian hotels. *Universia Business Review*, 4(44):88-103.
- Secall, L. B. (2012). Los planes de excelencia turística en España (1992-2006). Una apuesta por la revitalización de los destinos. Revisión de su implantación e impactos. *Scripta Nova-Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16(411):1-11.
- Tarí, J.J., Pereira-Moliner, J., Molina-Azorín, J. F., y López-Gamero, M. D. (2016). Beneficios del certificado de calidad. *Universia Business Review*, (50):106-141.
- UNWTO (2016). Panorama OMT del Turismo Internacional. Organización Mundial del Turismo (OMT). Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>

Curriculum Vitae:

Blanca Urbano Orgaz, graduada en Administración y Dirección de Empresas (ADE) por la Universidad de Extremadura. Actualmente, estudiante de Máster Universitario en Investigación en Ciencias Sociales y Jurídicas (MUI), especialidad Empresa-Turismo por la Universidad de Extremadura.

José Álvarez García Doctor en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Vigo. Actualmente es profesor e investigador en la Universidad de Extremadura. Previamente profesor en la Universidad de Vigo. Universidad Oficial Master en Innovación Empresarial y Creación de Empresas (Universidad de Vigo) y Master Executive MBA en Administración y Dirección de Empresas (Caixa Nova Business School). Sus principales líneas de investigación son: Sistemas de gestión de calidad, Q de calidad turística, Turismo, Termalismo, Salud y Bienestar, Enoturismo, Turismo cinegético, Emprendimiento y Educación Superior.

María de la Cruz del Río Rama Doctora en Gestión y Dirección de Empresas (Universidad de Vigo). En la actualidad profesora e Investigadora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo-Campus de Ourense. Profesora Invitada en diversos Máster en el ámbito de la Gestión de la Calidad a nivel Internacional. Numerosas publicaciones y colaboraciones en proyectos de investigación vinculados a la empresa y al turismo. Principales líneas de investigación: Sistemas de Gestión de la Calidad, Turismo, Termalismo, Salud y Bienestar, Enoturismo, Emprendimiento y Educación Superior.

Authors Profiles:

Blanca Urbano Orgaz, graduate in Business Management from the University of Extremadura. Currently, student of Master's Degree in Research in Social and Legal Sciences, Business-Tourism specialty, University of Extremadura.

José Álvarez García PhD in Direction and Planning of Tourism by the University of Vigo. Currently he is a professor and researcher at the University of Extremadura. Previously professor at the University of Vigo. Official University Master's in Business Innovation and Entrepreneurship (University of Vigo) and Master MBA Executive of Business Administration & Management (Caixa Nova Business School). His main research topics are: Quality Management Systems, Q for Tourist Quality, Thermalism, health and wellness tourism, Wine Tourism, Hunting tourism, Entrepreneurship and Higher Education.

Maria de la Cruz del Río Rama PhD in Management and Business by the University of Vigo (Galicia-Spain). Currently she is a professor and researcher at the Marketing and Enterprises Organization Department of the University of Vigo. She was also invited professor in several master programs in the area of quality management. Publications and collaborations in research projects linked with business and tourism are numerous in his career. Her main research topics are: Quality Management Systems, Tourism, Thermalism, Health and Wellness, and Wine Tourism, Entrepreneurship and Higher Education. E-mail. delrio@unvigo.es

