





GESTIÓN DE LA
CALIDAD EN
destinos turísticos



Uptc[®]

Universidad Pedagógica y
Tecnológica de Colombia
VIGILADA MINEDUCACION



GESTIÓN DE LA
CALIDAD EN
destinos turísticos

**Diana Cristina Rodríguez Moreno
Óscar Fernando Castellanos Domínguez**

ENFOQUE: INVESTIGACIÓN

ÁREA: Ciencias Sociales N°. 319

Gestión de la calidad en destinos turísticos
Quality management in tourist destinations

Primera Edición, 2024, Digital

© Diana Cristina Rodríguez Moreno, 2024

© Óscar Fernando Castellanos Domínguez, 2024

© Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, 2024

ISBN (ePub) 978-958-660-826-8

Proceso de arbitraje doble ciego
Recepción: septiembre de 2022
Aprobación: enero de 2023

Impreso y hecho en Colombia - Printed and made in Colombia

Gestión de la calidad en destinos turísticos / Quality management in tourist destinations / Rodríguez Moreno, Diana Cristina; Castellanos Domínguez, Óscar Fernando. Tunja: Editorial UPTC, 2024. 160 p.

ISBN (ePub) 978-958-660-826-8

Incluye referencias bibliográficas

1. Calidad en el servicio. 2. Destinos turísticos. 3. Competitividad. 4. Satisfacción del consumidor. 5. Modelos de calidad en el servicio. 6. Revisión de literatura.

(Dewey 338.7) (THEMA KJC - Estrategia empresarial)

Rector, UPTC

Enrique Vera López

Comité Editorial

Carlos Mauricio Moreno Téllez

Vicerrector de Investigación y Extensión

Yolanda Torres Pérez

Directora de Investigaciones

Bertha Ramos Holguín

Delegada Vicerrectoría Académica

Martín Orlando Pulido Medellín

Representante Área Ciencias Agrícolas

Yolima Bolívar Suárez

Representante Área Ciencias Médicas y de la Salud

Nelsy Rocío González Gutiérrez

Representante Área Ciencias Naturales

Olga Yanet Acuña Rodríguez

Representante Área Ciencias Sociales

Juan Guillermo Díaz Bernal

Representante Área Humanidades

Pilar Jovanna Holguín Tovar

Representante Área Artes

Edgar Nelson López López

Representante Área Ingeniería y Tecnología

Juan Sebastián González Sanabria

Representante Grupos de investigación**Editor**

Dr. Óscar Pulido Cortés

Coordinadora Editorial

Andrea María Numpaque Acosta

Corrección de Estilo

Mario Cruz

Diagramación

Andrés A. López Ramírez

Libro resultado de investigación con SGI 3358

Citar este libro / Cite this book

Rodríguez Moreno, Diana Cristina; Castellanos Domínguez, Ó. (2024). *Gestión de la calidad en destinos turísticos*. Editorial UPTC.

doi.org/10.19053/uptc.9789586608268



Libro financiado por la Vicerrectoría de Investigación y Extensión - Dirección de Investigaciones de la UPTC. Se permite la reproducción parcial o total, con la autorización expresa de los titulares del derecho de autor. Este libro es registrado en Depósito Legal, según lo establecido en la Ley 44 de 1993, el Decreto 460 de 16 de marzo de 1995, el Decreto 2150 de 1995 y el Decreto 358 de 2000.

Editorial UPTC

La Colina, Bloque 7, Casa 5

Avenida Central del Norte No. 39-115, Tunja, Boyacá

comite.editorial@uptc.edu.co

www.uptc.edu.co

<https://editorial.uptc.edu.co>

RESUMEN

El turismo es un sector considerado por la mayoría de los gobiernos locales, territoriales y nacionales, como un segmento de la economía con un importante potencial para el desarrollo económico y social de las comunidades, así que se ha ampliado la oferta de destinos turísticos en todo el planeta, incrementado la competencia en el sector. La calidad es un factor clave de competitividad para el turismo. El libro examina los aspectos que inciden en la percepción de calidad en destinos turísticos, observado como un sistema coordinado de diversos actores tanto públicos como privados. Para este estudio, se realizó una revisión sistemática de literatura, especialmente de trabajos empíricos, sobre aspectos asociados a la gestión de la calidad en destinos turísticos.

Palabras clave: Calidad en el servicio; Destinos turísticos; Competitividad; Satisfacción del consumidor; Modelos de calidad en el servicio; Revisión de literatura.

ABSTRACT

Tourism is a sector considered by the majority of local, territorial and national governments, as a segment of the economy with significant potential for the economic and social development of communities, so the offer of tourist destinations has expanded throughout the planet, increasing the competition. Quality is a key factor of competitiveness for tourism. The book examines the aspects that affect the perception of quality in tourist destinations, observed as a coordinated system of various public and private actors. For this study, a systematic literature review was carried out, especially empirical works, on aspects associated with quality management in tourist destinations.

Keywords: Service quality; Tourism destinations; Competitiveness; Consumer satisfaction; Service quality models; Literature review.

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	13
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
El sector turístico.....	15
Destino turístico.....	18
La calidad.....	20
Planificación de la calidad.....	22
Control de la calidad.....	23
La calidad en el servicio.....	24
La satisfacción del cliente.....	27
El valor para el consumidor.....	29
Modelos para la evaluación de la calidad y satisfacción del consumidor.....	29
Modelo cognitivo de los antecedentes y consecuencias de las decisiones de satisfacción Oliver (1980).....	30
Modelo de calidad del servicio de Grönroos (1984).....	32
Modelo de calidad en el servicio. Parasuraman et al., (1985) y Parasuraman et al., (1988).....	34
SERVQUAL, Parasuraman et al., (1988).....	37
Las dimensiones de la calidad en el servicio, Lehtinen y Lehtinen (1991).....	42
Modelo del índice de satisfacción del cliente estadounidense (ACSI), (Fornell, Johnson, Anderson, & Cha, 1996).....	43
PERVAL. Escala de valor percibido. Sweeney y Soutar (2001).....	44
Escala SERV PERVAL. Petrick, (2002).....	45

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA.....	49
RESULTADOS.....	53
Análisis Bibliométrico.....	53
La calidad en destinos turísticos.....	56
DISCUSIÓN.....	127
CONCLUSIONES.....	141
BIBLIOGRAFÍA.....	145

INTRODUCCIÓN

El turismo es una industria dinámica que moviliza a personas de todo el mundo y contribuye en los campos económico, ambiental y sociocultural. El turismo es uno de los mayores generadores de empleos del planeta, promueve oportunidades de negocios, atrae divisas, contribuye a los ingresos públicos y privados y a la formación de capital humano (Buhalis & Law, 2008). Por estas razones, diversos países han decidido impulsar el turismo como estrategia de desarrollo local y buscan incrementar la competitividad de sus destinos turísticos.

La noción de competitividad en el ámbito económico surge de la idea de asignar los recursos de una nación para maximizar los beneficios y el bienestar, aprovechando las ventajas comparativas de cada país, derivadas de los recursos y tecnologías de producción disponibles. Sin embargo, la riqueza o abundancia de factores productivos no explica de manera suficiente la competitividad de los sectores económicos, del mismo modo, son primordiales el lugar y la eficiencia en el uso de los recursos (Porter, 1991).

Los destinos turísticos son unidades que consisten en áreas de cooperación consolidadas y delimitadas territorialmente; la posición competitiva de un destino se puede explicar por las condiciones de los factores y las circunstancias de la demanda, la calidad y la estructura de los sectores involucrados, así como por las estrategias y las estructuras organizativas y de mercado (Pechlaner, Smeral, & Matzier, 2002). Las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y el compromiso de la empresa, del personal de servicio, que tiene y que no tiene contacto con el cliente, son esenciales para suministrar un servicio de calidad (Johnston, 1987), por lo que el sector empresarial turístico ya no puede competir teniendo como base únicamente en el costo, la calidad es un factor esencial para la competir (Eraqi, 2006) y es un elemento clave para el desarrollo del turismo (Lu, Huang, Niu, & Zhang, 2015).

La competitividad de un destino turístico consiste en su potencial o capacidad para usar sus recursos humanos, naturales, culturales y financieros eficientemente, dirigidos a contribuir con el desarrollo sostenible, mediante el desarrollo y oferta de productos turísticos atractivos, de alta calidad, éticos e innovadores (UNWTO, 2015).

De acuerdo con el informe del año 2021 sobre tendencias de la economía mundial del turismo, realizado por la Federación Mundial de Ciudades Turísticas (WTCF), las llegadas de turistas tanto nacionales e internacionales, disminuyó casi en 41% en 2022 debido a las medidas por la pandemia del Covid-19 y los ingresos se redujeron en un 36%, que llevó al un nivel por debajo de los obtenidos desde la segunda guerra mundial (Zeng, Yi, & Li, 2021), en consecuencia, los destinos turísticos requieren de mejoras en su calidad para poder recuperarse y ser más competitivos.

El objetivo planteado para este trabajo fue el de examinar los aspectos que inciden en la percepción de calidad en destinos turísticos, teniendo en cuenta que, si bien el tema de la calidad en servicios parece ser sólido, la cuestión de la calidad en destinos turísticos, observado como un sistema coordinado en el que participan varios proveedores públicos y privados, es naciente. Para abordar este estudio de investigación, el cual, tiene un alcance exploratorio, se realizó una revisión de literatura, la cual incluyó trabajos especialmente empíricos, sobre la gestión de la calidad y aspectos asociados a la calidad, en destinos turísticos. La búsqueda se hizo en la base de datos Scopus, se leyeron todos los resúmenes para establecer el ajuste con el objetivo del trabajo, después fueron seleccionados los documentos con mayor nivel de acoplamiento con el propósito planteado para el trabajo, los cuales fueron leídos y analizados, para extractar los aspectos que forman parte de la evaluación de la calidad en el servicio y su aplicación a destinos turísticos.

Este documento muestra, en primer lugar, la fundamentación teórica que incluye el significado de calidad y sus modelos más prominentes; luego, se aborda el tema de la calidad en los servicios y términos asociados, como “satisfacción del cliente” y “valor para el consumidor”; en seguida, se presenta el contexto y metodología de la investigación, para pasar a los resultados, la discusión y finalmente las conclusiones.