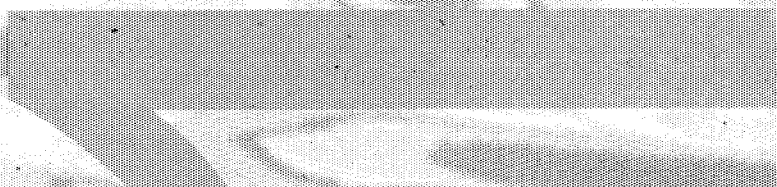


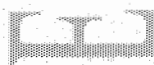
Enlace de la investigación en turismo
y en gestión de la calidad:
balance de una década.



César Camisón

Juan Carlos Bou
Vicente Roca
Cristina Montesinos

Universitat Jaume I de Castelló



Este artículo estudia el alcance y el contenido de la investigación sobre la Gestión de la Calidad en el ámbito del turismo. A partir de la identificación de los papeles relevantes sobre este enlace publicados durante el decenio 1986-96 y contenidos en la base de datos ABI/INFORM, completada con una relación de las principales revistas académicas especializadas en turismo, se efectúa un diagnóstico de los campos de interés en calidad de los investigadores en turismo, organizados en base a la estructura del modelo de la European Foundation for Quality Management, de sus carencias y de las líneas de investigación futuras que debieran impulsarse, a tenor de las tendencias apreciadas desde el análisis del estado de la cuestión.

palabras clave

Investigación sobre Calidad
Calidad en Turismo
Análisis de Contenidos.

keywords

Quality Research
Tourism Quality
Content Analysis

El Turismo es, en términos históricos, una actividad económica reciente. Esta circunstancia, junto a su marginación como campo de interés académico y universitario, ha hecho que sólo muy tardíamente se haya centrado la atención de los investigadores en la misma. Esta mayor presencia del Turismo en la investigación se ha visto favorecida por el reconocimiento de su papel de catalizador del desarrollo y creador de riqueza. En todo caso, los últimos años han presenciado el establecimiento de una sólida comunidad académica preocupada por los problemas de las actividades turísticas, prueba de lo cual es el aumento del número de publicaciones especializadas.

En este ámbito, el presente trabajo pretende analizar las investigaciones realizadas, durante la última década, sobre las actividades turísticas, y en particular aquellas relacionadas con la calidad y la implantación de sistemas de gestión de Calidad Total en las empresas turísticas.

Para el desarrollo de estos objetivos, el artículo se estructura en tres partes. En primer lugar, se introduce el concepto de Turismo a utilizar y una descripción de las actividades que comprende, así como una revisión de determinados conceptos y modelos de Gestión de Calidad, útiles para su aplicación en las actividades turísticas. A continuación se describe la metodología utilizada para el análisis de la investigación centrada en el enlace entre Turismo y Gestión de la Calidad Total. Por último, se analizan los resultados obtenidos, presentándose a modo de conclusiones ciertas sugerencias sobre líneas de investigación futuras.

2.1. Concepto de Turismo

La comprensión del término "turismo", los elementos que lo componen y sus interacciones es importante a los efectos de nuestra investigación, pues dependiendo de estos tres elementos y de la escala o nivel de generalización/profundidad del estudio, aparecerán distintas aproximaciones o disciplinas científicas como las más apropiadas a su exploración. Identificando al negocio turístico como área multidisciplinar e interdisciplinar, se han llegado a distinguir hasta 16 posibles aproximaciones de estudio distintas a este concepto (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 1995).

Según la Organización Mundial del Turismo, el Turismo comprende la suma total de las actividades de las personas que viajan y permanecen en destinos fuera de sus lugares habituales de residencia para periodos de tiempo no superiores a un año por ocio, negocio u otros propósitos.

El Turismo puede ser definido también como la suma de los fenómenos y relaciones surgidas de la interacción entre los turistas foráneos y los

residentes (proveedores de servicios, autoridades locales y comunidad local) en el proceso de atraer y acomodar a los turistas. Es una conjunción de actividades, servicios e industrias que influyen en la experiencia del turista, englobando al negocio de hoteles, restaurantes, transportes y cualquier otro componente que contribuya a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Siguiendo el modelo de Leiper (Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill, 1993), y considerando los grupos que participan o se ven influidos por la actividad turística (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 1995), podemos identificar básicamente tres factores que interactúan entre ellos: los elementos geográficos (aproximación geográfica/destino turístico), el turista (aproximaciones desde el Marketing, la Sociología o la Psicología) y las empresas turísticas (aproximación desde el Management). Nuestro campo de interés en este trabajo se centra en este último elemento, en las proveedoras básicas de los servicios que demandan los turistas, y serán los aspectos microorganizativos, es decir, sus modelos de administración y organización, el área de trabajo cuyo enlace con la Calidad deseamos investigar.

2.2. La Gestión de la calidad: Dificultades de aplicación a las empresas turísticas

La Gestión de la Calidad ha sido uno de los factores que mayor interés ha suscitado en las últimas décadas en el campo de la Dirección Estratégica. También en el Turismo, está recibiendo una importancia cada vez mayor.

A pesar de esta importancia creciente, no se ha producido un avance significativo en una definición clara y ampliamente aceptada de la misma. Por el contrario, existen numerosas dificultades, tanto conceptuales como prácticas, que le hacen aún un concepto escurridizo y difícil de definir (Garvin, 1984).

Una revisión de los distintos conceptos de calidad existentes, nos permite identificar cinco aproximaciones principales a la calidad: trascendental, basada en el producto, basada en el proceso, orientada al cliente y basada en el valor (Garvin, 1984). Aunque estas distintas aproximaciones recogen gran parte de los estudios sobre calidad, la aplicación de las mismas a las actividades de servicios, y en concreto a las actividades turísticas, se hace cuanto menos difícil debido a las características específicas de las mismas.

Por estos motivos, una aproximación más relevante a los objetivos del presente trabajo se puede encontrar a través del análisis de la evolución de los sistemas de gestión de calidad en las empresas. Un análisis de la evolución del movimiento de la calidad a lo largo del presente siglo muestra que éste se puede resumir en tres enfoques diferentes, aunque complementarios. Dichos enfoques no muestran una secuencia cronológica, sino que por el contrario los distintos enfoques se superponen en el tiempo, al recoger las diferentes aportaciones y dinámicas que ha tenido la gestión de la calidad en los diferentes países. Podemos denominar a estos tres enfoques como el 'enfoque técnico', el 'enfoque humano' y el 'enfoque estratégico o de gestión' de la calidad (Camisón, 1994).

El *enfoque técnico* se corresponde con una concepción de la calidad que incluye los conceptos de calidad como 'orientación al producto' y como 'orientación al proceso' (Garvin, 1984). Estas conceptualizaciones de la calidad suponen entender la calidad como el cumplimiento de un conjunto de características o especificaciones de un producto o servicio, y como la ausencia de deficiencias en los procesos de fabricación respectivamente. La importancia del enfoque técnico ha sido notable, como indica el hecho de ser el enfoque de calidad predominante en Occidente hasta los años 70. No obstante, dicho enfoque ha tenido una evolución importante que le ha permitido mantener su vigencia durante todo este tiempo. Así, partiendo de una primera visión con un ámbito reducido, en la que la calidad se asociaba básicamente a la inspección del producto, como en el caso del Control estadístico de la Calidad, se pasó a una orientación más amplia, donde la función de calidad también incluía el Control estadístico de los Procesos (Deming, 1989) y posteriormente, en la década de los 60, la calidad se hizo extensiva a todas las actividades de la empresa, con el denominado Control Total de la Calidad (Feighenbaum, 1986).

El *enfoque humano o cultural* de la calidad surge posteriormente, y como reacción al enfoque anterior. El éxito competitivo internacional de las empresas japonesas, basado principalmente en la mayor calidad de sus productos, hizo que aumentase el interés por sus prácticas y métodos de gestión de calidad. Esta atención se tradujo en una comprensión y posterior adaptación por parte de las empresas occidentales de sus prácticas de gestión de los recursos humanos. El enfoque humano se basa en una concepción de la calidad como satisfacción al cliente, tanto interno como externo. Las aportaciones de esta aproximación han supuesto un aumento de la importancia de los recursos humanos y de aspectos de naturaleza cultural en la implantación de los sistemas de gestión de la calidad. Elementos como motivación, formación, trabajo en equipo, círculos de calidad, equipos de mejora o "empowerment", son la consecuencia de la aplicación de esta visión de la calidad.

Si bien ambos enfoques suponen aportaciones importantes, su implantación y los resultados obtenidos por los mismos no han sido todo lo satisfactorios que en un principio se esperaba.

La existencia de estructuras organizativas de carácter funcional en las empresas occidentales, inadecuadas para las exigencias de los nuevos principios de calidad (gestión de procesos, trabajo en equipo), una deficiente comprensión y consecuentemente mala adaptación de los sistemas de gestión de la calidad al considerarlos como un conjunto de acciones aisladas sin abordar su contenido en toda su complejidad, la dificultad de implantar este conjunto de técnicas y herramientas (círculos de calidad, grupos de mejora, etc.) aisladamente y en un contexto cultural diferente del que se generaron, y la falta de un compromiso por parte de la dirección que permita darle prioridad a la gestión de la calidad, han sido algunos de los principales factores que justifican estos resultados insatisfactorios.

Junto a estas dificultades, hay que añadir la incidencia de un conjunto de nuevos factores derivados del entorno, que han propiciado un cambio en las condiciones competitivas de las empresas. Entre los más importantes destacan la globalización de la economía, la aceleración del cambio tecnológico, una mayor presión de la competencia internacional y la demanda por parte de los consumidores de productos y servicios con mayores niveles de calidad. Estas nuevas condiciones competitivas se han traducido en una mayor necesidad por parte de las empresas de una correcta concepción e implantación de los sistemas de gestión de la calidad que permita ejercer una influencia positiva y relevante sobre su rentabilidad y competitividad.

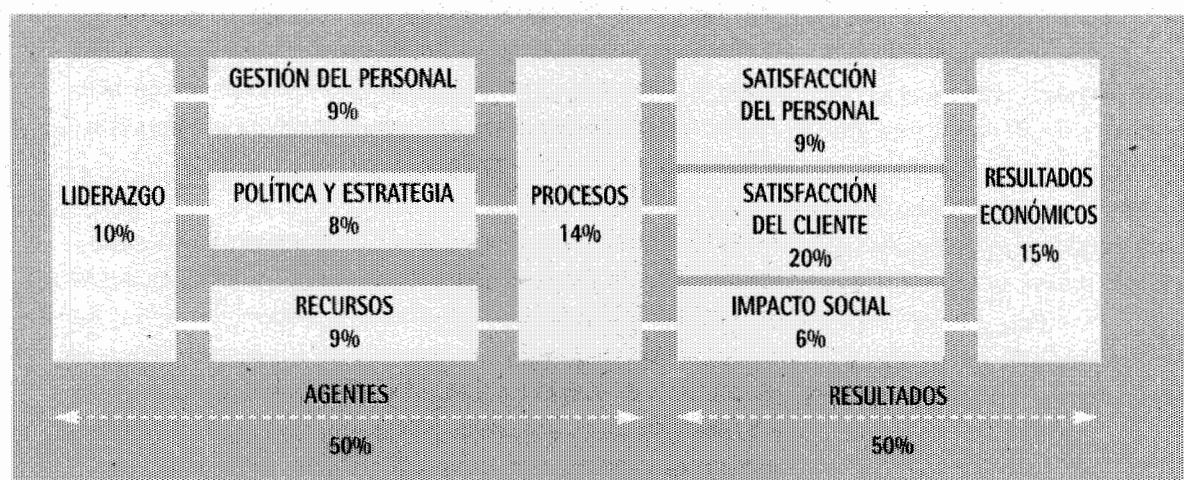
Ante esta situación, los enfoques de calidad anteriores se muestran insuficientes. Fue entonces necesario desarrollar una conceptualización de los sistemas de gestión de la calidad entendidos como verdaderos sistemas de gestión de empresas. Este es el germen *del enfoque estratégico o de gestión* de la calidad. Este nuevo enfoque de la calidad, o enfoque de segunda generación, tiene como principales características la de ser un enfoque multidimensional y dinámico (Camisón, 1994). Entre las dimensiones básicas que debe poseer la nueva orientación se encuentran: el liderazgo de la calidad por la alta dirección, que se constituye en la principal valedora del sistema de calidad; la integración efectiva de las acciones de calidad con el resto de objetivos, políticas y estrategias de la empresa; la dotación de un conjunto de recursos suficientes para el pleno desarrollo del sistema y las acciones a emprender; una visión compartida a largo plazo, aunque con resultados desde el principio; una cultura de mercado interno o de satisfacción del empleado, especificada mediante la utilización de las cadenas cliente-proveedor; y el énfasis en la satisfacción de las necesidades de los clientes (Merli, 1995). A los sistemas de calidad que responden a este nuevo enfoque, se les ha denominado tradicionalmente Sistemas de Gestión de la Calidad Total (SGCT) ("Total Quality Management").

2.3. El modelo de Gestión de la Calidad Total de la EFQM.

Entre los diversos modelos de Gestión de la Calidad Total actualmente existentes, uno de los que mayor interés ha despertado es el Modelo Europeo de Gestión de Calidad Total. Dicho modelo ha sido desarrollado por la European Foundation for Quality Management, asociación creada en 1988 por 14 empresas líderes europeas. El principal objetivo que indujo a dichas empresas a la constitución de la asociación, fue mejorar la posición competitiva de las compañías líderes de Europa Occidental en el mercado mundial (EFQM, 1994). En 1991, la Fundación constituyó el Premio Europeo a la Calidad ("The European Quality Award"), de carácter anual, otorgado por primera vez en el año 1992. Para optar al mismo, las empresas deben presentar sus propios informes de autoevaluación basados en el modelo que para tal efecto ha desarrollado la Fundación, y que se recoge en la Figura 1.

El modelo está constituido por 9 elementos que recogen los principales elementos de los Sistemas de Gestión de Calidad Total o de segunda generación. Estos 9 elementos están agrupados bajo dos conceptos

Figura 1. Modelo europeo para la gestión de la calidad total



generales: 'Agentes' y 'Resultados'. Los 'resultados' se refieren a la evaluación de lo que está consiguiendo la empresa mediante la implantación del modelo y las actuaciones que el mismo conlleva. Los 'agentes', por su parte, hacen referencia a cómo se consiguen los 'resultados' anteriores, indicando, por tanto, los principales objetivos, estrategias, políticas, decisiones y acciones a llevar a cabo en la

implantación del Modelo de Calidad. En general, se puede afirmar que lo que propone el modelo es que 'la Satisfacción del Cliente, la Satisfacción del Personal y el Impacto Social se consiguen mediante el Liderazgo en Política y Estrategia, Gestión del Personal, Recursos y Procesos, que conduce finalmente a unos excelentes Resultados Económicos' (EFQM, 1994).

Dentro de los agentes, se encuentran cinco elementos: el *Liderazgo*, la *Política y Estrategia*, la *Gestión de Personal*, los *Recursos* y los *Procesos*. El *Liderazgo* hace referencia al comportamiento de los directivos en relación con la Calidad Total. Este liderazgo debe traducirse en una clara implicación de los directivos, lo que supone un comportamiento de apoyo a la calidad mediante políticas de promoción, comunicación e información tanto internas como externas, reconocimiento y apreciación de los esfuerzos realizados en favor de la calidad, provisión de recursos adecuados, etc. La *Política y Estrategia* de calidad refleja cómo se incorpora la calidad total en el conjunto de objetivos y estrategias de la empresa y cómo se formulan, gestionan, implantan y revisan. La *Gestión del Personal*, por su parte, incluye el conjunto de acciones desarrolladas con el objetivo de obtener el máximo potencial de los empleados. La formación, el adiestramiento, la selección y reclutamiento, así como la implantación de sistemas de comunicación, métodos de trabajo en equipo y sistemas de retribución que fomenten la mejora de la calidad, son las acciones relacionadas habitualmente con dicha gestión. Los *Recursos* especifican cómo se organizan en apoyo de la política y estrategia de calidad de la empresa. Estos recursos hacen referencia a recursos tanto materiales como inmateriales. Por último, los *Procesos* hace referencia a su identificación, mejora, reestructuración y cambio para garantizar la mejora permanente de los mismos.

Los Resultados, por su parte, incluyen la Satisfacción del Cliente, la Satisfacción del Personal, el Impacto Social y los Resultados Económicos.

3. Objetivos y metodología del estudio de la literatura

Acotados los respectivos ámbitos de actividades turísticas y modelos de Gestión de la Calidad Total cuyo enlace

La *Satisfacción del Cliente* refleja la percepción que tienen los clientes externos sobre el nivel de calidad de la empresa. El establecimiento de procedimientos adecuados para esta evaluación, así como el análisis de los resultados, deben ser los objetivos básicos en este ámbito. La *Satisfacción del personal* debe evaluar el grado de satisfacción de los empleados en el trabajo. El *Impacto Social*, por su parte, hace referencia a la percepción que en general tiene la sociedad sobre la empresa, lo cual sugiere establecer canales de información sobre cuál es esta percepción. Por último, los *Resultados Económicos* pretenden evaluar los efectos que tiene la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad Total.

3.1. Objetivos

desearnos investigar, el siguiente paso consistió en desarrollar una exploración de la extensión y contenido de la investigación sobre Gestión de la Calidad Total en las actividades turísticas, a partir del análisis de la literatura. Los objetivos específicos que nos planteamos en el presente trabajo son:

- 1.-Analizar la investigación sobre Gestión de la Calidad Total en Turismo, a fin de identificar los vacíos de investigación existentes.
- 2.-Iluminar las líneas de investigación en calidad en Turismo abiertas a partir de los 'gaps' de investigación que se detecten.

3.2. Metodología

La metodología utilizada consistió en la búsqueda de la investigación sobre Gestión de la Calidad Total en Turismo, conducida a través de la base de datos ABI/INFORM y de la revisión de las principales revistas académicas especializadas en Turismo. La selección de la base de datos ABI/INFORM se debe a su adecuación a las características del presente trabajo, ya que es una base de datos que indexa publicaciones sobre economía y empresa desde 1971 con una actualización mensual. Contiene alrededor de 550.000 citas con resúmenes de artículos aparecidos en más de 1.000 publicaciones internacionales sobre economía y gestión de empresas. Además, su estructura permite un fácil acceso a la información requerida mediante la utilización de "palabras claves" y la clasificación de los artículos por materias, entre las que se encuentra el Turismo. Se presenta, por tanto, como una fuente de información esencial para la obtención de datos sobre la evolución de la investigación en el campo de la dirección de empresas. Por otra parte, la creciente importancia del Turismo ha tenido su reflejo en la aparición de un conjunto de revistas académicas sobre el mismo que, dado su carácter especializado, no están incluidas en la base de datos ABI/INFORM, y que sin embargo son de alto interés pues en ellas se vuelca una cantidad considerable de trabajo científico de calidad por investigadores en Turismo. Por ello, se consideró conveniente ampliar la búsqueda de información sobre calidad en Turismo a este conjunto de revistas, con el fin de darle una mayor representatividad al presente trabajo. Las revistas incluidas en esta revisión se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Revistas académicas especializadas en turismo revisadas

REVISTAS		PERÍODO REVISADO
Tourism Management		1986-1996
Tourism Recreation Research		1986-1996
Travel Industry Monitor	(*)	1992-1996
Travel & Tourism Analyst		1989-1996
Annals of Tourism Research		1986-1996
Decision Tourism		1995-1996
Estudios Turísticos		1986-1996
Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas		1995-1996
Hospitality Research Journal	(*) (◆)	1991-1995
Hospitality & Tourism Educator	(*)	1994-1996
International Journal of Contemporary Hospitality	(*)	1994-1996
International Journal of Hospitality Management		1986-1996
International Tourism Reports	(*)	1992-1996
Journal of Hospitality & Leisure Marketing		1992-1996
Journal of Leisure Research		1986-1996
Journal of Tourism Studies		1990-1996
Journal of Travel and Tourism Marketing	(*) (◆)	1995
Leisure Management		1994-1996
Leisure Sciences	(*) (◆)	1993
Leisure Studies		1986-1996
Papers de Tourisme	(*)	1989-1996
Tourism: the Journal of the Tourism Society	(*)	1994-1996
Tourism Economics		1995-1996
Tourism Intelligence Quarterly		1986-1996

(*) Estas publicaciones comenzaron a publicarse con anterioridad al periodo revisado.

(◆) Estas publicaciones han seguido editándose.

El periodo elegido abarcó desde enero de 1986 hasta 1996 (agosto en el caso de la base de datos ABI/INFORM, y diciembre para las publicaciones especializadas en Turismo), siendo doble la razón de esta definición temporal: obtener una muestra representativa y percibir las tendencias de las preferencias de los investigadores en Turismo sobre áreas y modelos de interés en calidad.

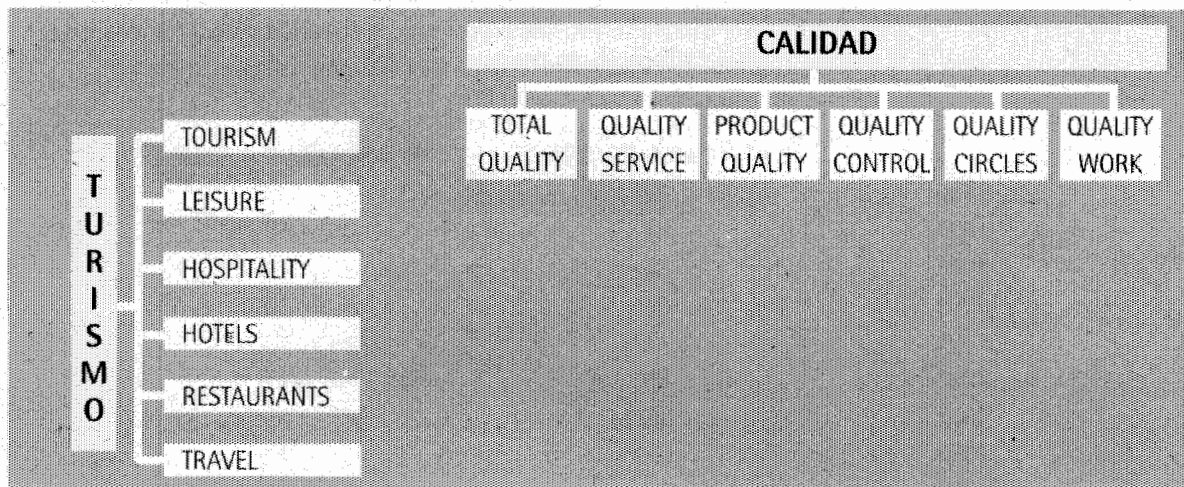
3.3. Criterios de búsqueda de la literatura relevante

La obtención de información relevante a través del ABI/INFORM se realizó mediante el establecimiento de diversos criterios de búsqueda. Estos criterios se determinaron en varias etapas sucesivas, con el objetivo de ir progresivamente depurando la información obtenida hasta seleccionar un conjunto de referencias lo más ajustadas posibles al ámbito de estudio del presente trabajo.

El primer criterio de búsqueda en el ABI/INFORM, se realizó mediante las 'palabras clave': tourism and quality, leisure and quality, y hospitality and quality. El objetivo de esta primera selección fue determinar el conjunto de artículos relacionados con la calidad y el turismo durante los años 1986-1996. El resultado obtenido reflejó un elevado número de referencias. Una somera revisión de las mismas mostró que muchas de ellas no se ajustaban al ámbito de la Gestión de la Calidad en la empresa turística, por lo que se decidió concretar más los términos de búsqueda para obtener una selección más ajustada a los objetivos propuestos. Una primera concreción se orientó hacia al concepto de calidad. Con el fin de

Figura 2. Modelo de búsqueda de publicaciones sobre calidad en turismo.

seleccionar sólo los artículos relacionados con la Gestión de la Calidad en la empresa, se sustituyó el término genérico calidad por un conjunto de tópicos sobre calidad que en el ABI/INFORM figuraban como palabras clave. En concreto, los criterios utilizados fueron total quality, quality of service, quality control, product quality, quality circles y quality of work. Estos tópicos fueron cruzados con los criterios sobre turismo de la primera selección, añadiéndose además los conceptos restaurant, hotels y



travel, por considerar que éstos recogían las principales actividades de las empresas turísticas. Este modelo de búsqueda se reproduce en la figura 2. Los resultados obtenidos de esta segunda búsqueda se muestran en la tabla 2. En ella se puede observar el número de publicaciones identificadas por año para cada una de las palabras clave seleccionadas. Como puede observarse, a partir del año 1991 crece espectacularmente el número de artículos sobre calidad en turismo. Para todos los años considerados en el análisis, destacan con un mayor peso los estudios referidos a la oferta turística básica; hoteles y restaurantes.

La constatación de la existencia de duplicaciones de artículos en distintas búsquedas y de artículos no directamente relacionados con el objetivo del

Tabla 2.- Publicaciones sobre calidad en Turismo recogidas en el ABI/INFORM (1986-96)

	Tourism	Leisure	Hospitality	Hotel	Restaurant	Travel	Nº artículos totales por año
1986	-	2	1	12	13	4	32
1987	1	1	3	10	14	5	34
1988	2	2	7	16	18	9	54
1989	-	1	3	12	11	8	35
1990	2	2	4	11	7	15	41
1991	3	-	11	28	24	19	85
1992	4	-	16	36	30	17	103
1993	3	2	14	63	48	26	156
1994	6	5	17	22	41	19	110
1995	4	-	15	14	33	7	110
1996*	3	1	11	38	40	8	73
Nº total artículos por búsqueda	38	15	102	262	279	137	833

* Publicaciones incluidas hasta agosto inclusive.

Tabla 3.- Relación entre publicaciones obtenidas y publicadas finalmente aceptadas sobre Gestión de la Calidad en Turismo, en base a ABI/INFORM (1986-96)

presente trabajo indujo un proceso de depuración, consistente en un análisis de la relevancia de los mismos en el ámbito de uno de los principales tópicos del estudio, a partir a partir de los 'abstracts' de los artículos seleccionados. Este análisis constató la existencia de un número elevado de referencias extrañas al tema de la Gestión de la Calidad Total en empresas turísticas, eliminándose todas aquellas publicaciones que no centrasen el estudio de los sistemas de Gestión de la Calidad en empresas turísticas desde la perspectiva directiva. Estas actuaciones se tradujeron en la eliminación de 546 artículos de la selección anterior, quedando el output investigador reducido a las cifras plasmadas en la tabla 3.

	Nº ARTÍCULOS OBTENIDOS	Nº ARTÍCULOS REVISADOS
1986	32	10
1987	34	9
1988	54	19
1989	35	10
1990	41	15
1991	85	31
1992	103	39
1993	156	42
1994	110	49
1995	110	31
1996	73	32
Total	833 (100%)	287 (30%)

La selección de artículos de revistas académicas especializadas en turismo se realizó siguiendo los mismos criterios de búsqueda de palabras clave reproducido en el modelo de la figura 2. La tabla 4 recoge el número de publicaciones en cada ámbito por años. Un primer análisis corrobora las impresiones obtenidas en el estudio de la base ABI/INFORM: un punto de ruptura en la investigación desde 1991, y su concentración en las actividades de alojamiento y restauración.

Tabla 4.- Publicaciones sobre Gestión de la Calidad Total en Turismo seleccionadas de revistas académicas especializadas en Turismo

	Tourism	Leisure	Hospitality	Restaurant	Hotel	Travel	Total
1986	2	-	1	-	-	-	3
1987	2	-	1	1	2	1	7
1988	2	-	2	-	1	-	5
1989	2	-	-	-	-	-	2
1990	-	-	2	-	2	-	4
1991	3	-	5	5	7	-	20
1992	2	-	7	1	5	-	15
1993	5	-	3	-	4	-	12
1994	7	-	20	3	7	-	37
1995	7	-	9	3	14	-	33
1996	3	1	7	1	9	1	22
Total	35	1	57	14	51	2	160

* Publicaciones incluidas hasta agosto inclusive.

Figura 3.- Criterios de análisis de la información

3.4. Criterios de análisis de la información relevante

Las publicaciones resultantes de las búsquedas anteriores fueron sometidas a un análisis detallado y clasificados atendiendo a diversos criterios establecidos "ad hoc", concretamente tres (figura 3):

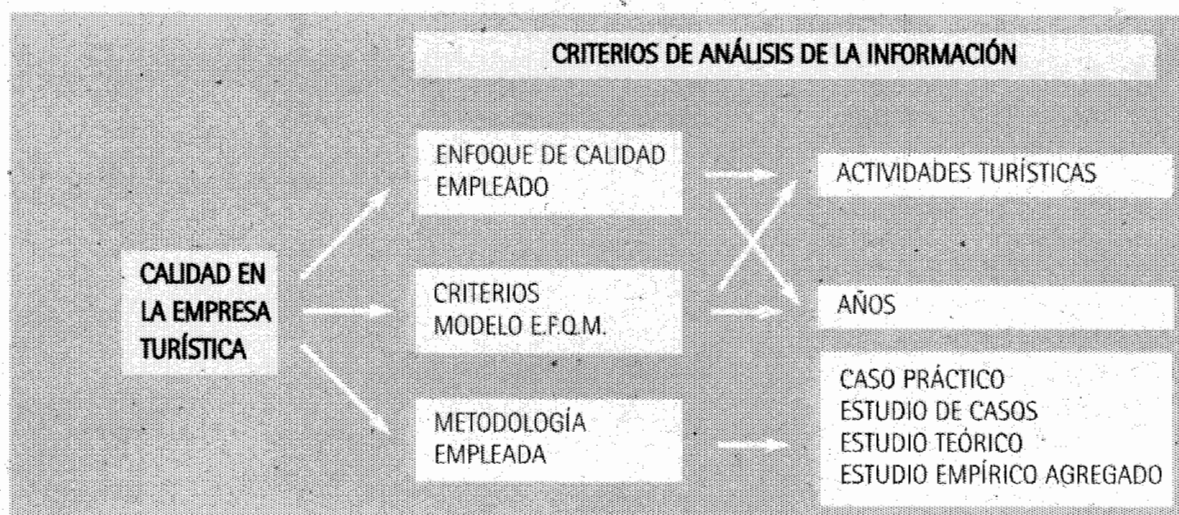


Tabla 5.- Modelo de clasificación basado en los criterios del modelo EFQM

1. En función del enfoque de calidad utilizado en el estudio.
2. Atendiendo a los criterios del Modelo EFQM. En particular, el análisis de la investigación relevante identificada ha seguido el modelo de autoevaluación en calidad de la EFQM, siguiendo su aplicación en cada género de actividad turística, dando como resultado el modelo de clasificación de la tabla 5.

	Liderazgo	Gestión del personal	Recursos	Política y estrategia	Procesos	Satisfacción del personal	Impacto social	Resultados económicos	Total
Tourism									
Leisure									
Hospitality									
Hotel									
Restaurant									
Travel									
Total									

3. Según la metodología empleada. Se han distinguido cuatro tipos de métodos: elaboración y discusión de casos particulares de gestión de la calidad empresas turísticas reales, estudio de casos, estudio teórico y estudio empírico agregado. El modelo de clasificación resultado de segmentar las publicaciones en función de la aplicación de estos métodos en las diferentes actividades turísticas, se detalla en la tabla 6.

Tabla 6. Modelo de clasificación basado en la metodología empleada

	Caso particular	Estudio de casos	Estudio teórico	Estudio empírico agregado	Total
Tourism					
Leisure					
Hospitality					
Hotel					
Restaurant					
Travel					
Total					

La utilización de estos criterios permitió analizar la información obtenida de forma adecuada para los objetivos propuestos. Estos criterios pretenden ofrecer una panorámica ajustada del estado de la cuestión en la investigación sobre la calidad en las empresas turísticas, y desvelar al mismo tiempo los ámbitos de investigación no desarrollados suficientemente por la literatura existente.

4. La investigación sobre gestión de la calidad en Turismo

El primer criterio de análisis de los trabajos seleccionados fue a partir de la adaptación de la clasificación de los Enfoques de Gestión de la Calidad de Camisón (1994). Según la misma, los estudios sobre la gestión de la calidad en las empresas pueden ser agrupados en tres enfoques diferentes: el enfoque técnico, el humano y el enfoque estratégico o de gestión. En nuestro caso, la clasificación fue realizada únicamente en dos grupos:

4.1. Clasificación atendiendo al enfoque de calidad utilizado

1. En el primero se recogieron los artículos que presentaron un enfoque global de la calidad, es decir, aquellos que adoptaron una orientación de Total Quality Management (TQM) o de gestión de la calidad total como filosofía de empresa.

2. Un segundo grupo que recogió los que ofrecieron enfoques parciales de la calidad, fuesen centrados en aspectos técnicos o en la dimensión humana de la calidad.

El resultado de clasificar los 447 artículos estimados relevantes en las dos categorías definidas se muestra en la tabla 7.

Estos datos indican que, nuevamente desde 1991, se produce una inflexión en la tendencia. Los años 80 fueron dominados por estudios centrados en los problemas técnicos y humanos de la implantación de la calidad, en tanto que la década de 1990 ha visto surgir con fuerza creciente investigaciones de ámbito global, que analizan la calidad como estrategia de competitividad.

Tabla 7. Clasificación de la investigación sobre Gestión de Calidad en Turismo según el enfoque de calidad adoptado por los investigadores

	Enfoque Estratégico	Enfoque Técnico/Humano	Nº total artículos
1986	6	7	13
1987	7	9	16
1988	5	19	24
1989	5	7	12
1990	10	9	19
1991	29	22	51
1992	28	26	54
1993	29	25	54
1994	45	41	86
1995	33	31	64
1996	39	15	54
Total	236	211	447

4.2. Clasificación atendiendo a los criterios del Modelo EFQM

El siguiente paso de nuestro análisis fue clasificar los 447 artículos revisados en función de los criterios de evaluación del modelo europeo de la calidad creado por la European Foundation for Quality Management (EFQM). El objetivo de esta clasificación fue, por una parte, determinar qué elementos de dicho modelo han sido más ampliamente analizados por la literatura sobre calidad en el turismo, y por otra cuáles tienen

aspectos vírgenes o insuficientemente tratados que ofrecen posibles campos de interés para el investigador.

Para determinar qué elementos del modelo eran analizados por una publicación, fue necesario adaptar dichos elementos a la presente investigación. Los criterios utilizados para dicha adaptación, así como la orientación de la investigación en cada elemento, se exponen a continuación (tabla 8).

Tabla 8.- Clasificación de las investigaciones sobre calidad en Turismo en base a los criterios del EFQM *

Liderazgo. Dentro de este criterio incluimos aquellos artículos que describían explícitamente la labor activa de los directivos dentro de la empresa para la implantación de la Calidad Total en las personas y los procesos (políticas de comunicación y de reconocimiento, por ejemplo), así como su promoción activa de la calidad fuera de la organización (conferencias, pertenencia a asociaciones de calidad, etc.). El número de trabajos dedicados a estos temas alcanza un total de 96, experimentando un lento pero continuo crecimiento.

	Liderazgo	Gestión de personal	Política y estrategia	Recursos	Procesos	Satisfacción del personal	Satisfacción del cliente	Impacto social	Resultados	Total
1986	4	7	8	-	5	-	3	1	-	28
1987	4	9	5	-	2	-	3	2	4	29
1988	3	7	8	6	14	-	3	1	7	49
1989	2	6	2	-	4	2	2	-	3	21
1990	6	5	5	3	7	-	2	1	5	34
1991	8	13	14	5	16	3	8	1	4	72
1992	6	17	25	16	16	8	9	3	9	109
1993	10	12	29	21	14	4	2	4	9	105
1994	19	43	40	13	41	10	22	3	17	208
1995	19	26	30	13	23	10	12	1	8	142
1996	15	25	31	7	13	9	13	3	5	121
TOTAL	96	170	197	84	155	46	79	20	71	918

* Dado que un artículo puede estar relacionado con más de un elemento del Modelo EFQM, el total de referencias de la tabla no coincide con el total de artículos revisados.

Política y estrategia. Incluimos en este criterio todos los artículos que daban una orientación de la misión, visión y valores de la empresa consistentes con los principios de la Calidad Total; es decir, se extendían

en la descripción del tipo de organización que es (investigando cómo se comportan las personas de la empresa) o en el qué desea convertirse la empresa turística y el cómo lo alcanza, conectándolo con los cambios observados en el comportamiento de los turistas y la necesaria adaptación de las empresas a esos cambios (por ejemplo, "nuestra firma tiene unos objetivos de satisfacción de las necesidades de nuestros clientes muy por encima de los actuales niveles..."). Como predecía el creciente número de trabajos orientados por el enfoque estratégico de la calidad, este capítulo constituye el que absorbe un mayor número de publicaciones (197), siendo el área de interés preferente desde 1992.

Gestión de personal. Las publicaciones aquí referenciadas se atienen a cómo utiliza la organización el pleno potencial de su personal para la mejora continua de la calidad; temas básicos serían entonces el trabajo en equipo, círculos de calidad, sistemas de contratación, retribución y promoción.

Constituye la segunda área de investigación más tratada, con 170 trabajos, concentrados fundamentalmente en la trascendencia de la experiencia de los empleados y las capacidades de las personas, perfeccionadas a través de la formación, en sus organizaciones.

Recursos. Incluimos en este capítulo las publicaciones centradas en la dotación e importancia para la calidad de los recursos financieros, de información, materiales y de aplicación de la tecnología (por ejemplo sistemas centralizados de reservas, CRS). Este ámbito heurístico no ha despertado la atención de los investigadores en Turismo hasta los años 90, aunque un relativo auge durante el período 1992-93 parece haberse enfriado desde entonces.

Procesos. Se han incluido aquí las publicaciones orientadas hacia la exposición de la identificación de algún proceso, y su posible corrección para asegurar la buena coordinación de todas las actividades y etapas que lo componen. La investigación turística se ha sentido también notablemente atraída por este campo, que con 155 trabajos ocupa el segundo lugar en el ranking. Con algunas oscilaciones coyunturales, tanto hacia arriba como hacia abajo, el interés por los procesos se ha mantenido constante durante los años 80-90, revelando en alguna medida el problema pendiente de las organizaciones turísticas en orden a estandarizar sus procesos y gestionar la empresa con criterios horizontales.

Satisfacción de los clientes. La reseña de qué expectativas y percepciones tienen los clientes sobre los servicios prestados, englobando tanto la aplicación concreta de instrumentos de medida e identificación de los atributos importantes para los clientes, como las posibles medidas complementarias relativas a la satisfacción de los clientes (tratamiento de las reclamaciones, premios y certificados recibidos, etc.), constituyen los contenidos asignados a este capítulo. El escaso volumen de investigaciones consagradas a estos temas (79) choca con el propio concepto dominante de calidad como satisfacción de las necesidades y requerimientos de los clientes. Esta pobreza de trabajos puede revelar una escasa orientación al mercado de los investigadores de las organizaciones.

turísticas, si bien el progresivo interés de académicos del marketing por este área parece estar dando ciertos resultados, dado el relativo crecimiento de las publicaciones aparecidas desde 1994.

Satisfacción del personal. Los contenidos de las publicaciones en este elemento debieran consistir en descripciones de qué percepciones tienen los empleados sobre su empresa, englobando tanto la aplicación concreta de instrumentos de medida e identificación de los atributos importantes para los empleados, como las posibles medidas complementarias relativas a la satisfacción del personal (rotación del personal, tendencias de contratación, reconocimiento de individuos y equipos, etc.). El escaso número de trabajos dedicados a estos temas (46) choca con la importancia concedida a la investigación de la gestión del personal. Este hecho es, sobre todo, un reflejo de la escasa práctica empírica en la empresa turística.

Impacto social. Los artículos aquí referidos son aquéllos en que se describían las percepciones de la comunidad en general sobre el impacto de las organizaciones tûrísticas en la sociedad, y qué percepción se tiene de la orientación de la empresa turística hacia la calidad de vida, el medio ambiente y la preservación de los recursos globales. El mínimo número de trabajos detectados (20) indica este área como la brecha de investigación más importante, contradictoria con la creciente relevancia de la gestión medioambiental, que se ha plasmado incluso en la elaboración de las normas ISO 14.000 para su normalización.

Resultados. Incluye trabajos centrados en las medidas económico-financieras y no financieras (côta de mercado, actividades sin valor añadido, etc.) del éxito de la organización, resultado especialmente de planes de calidad. El escaso volumen de investigación en este ámbito (71 trabajos) es un fruto de la reticencia de las empresas turísticas a suministrar información sobre estos aspectos, práctica por otra parte incoherente con la política de transparencia que la Calidad Total exige.

Tabla 9.- Clasificación de las investigaciones sobre calidad en Turismo en base a los criterios del EFQM y las actividades turísticas de aplicación.

	Liderazgo	Gestión de personal	Recursos y estrategia	Política	Procesos	Satisfacción del personal	Satisfacción del cliente	Impacto social	Resultados	TOTAL
Tourism	6	13	16	17	3	14	7	13	-	89
Leisure	-	1	-	1	1	1	-	1	-	5
Hospitality	22	49	9	48	19	1	16	1	7	172
Restaurant	22	28	14	48	56	6	16	3	21	214
Hotel	40	71	34	68	56	22	35	2	27	355
Travel	6	8	11	15	20	2	5	-	16	83
TOTAL	96	170	84	197	155	46	79	20	71	918

* Dado que un artículo puede estar relacionado con más de un elemento del Modelo EFQM, el total de referencias de la tabla no coincide con el total de artículos revisados

Nuestra investigación ha examinado asimismo la distribución de trabajos en cada elemento del modelo EFQM según actividades turísticas (tabla 9). Se observa que en las investigaciones genéricas sobre Turismo, los trabajos dominantes son los de "Política y Estrategia", aunque seguidos a corta distancia por publicaciones sobre "Recursos", "Satisfacción y Gestión

del Personal" e "Impacto social"; por consiguiente, la pobreza de investigación detectada en ciertos elementos del modelo se produce a la hora de analizar las investigaciones sobre aplicaciones en actividades turísticas concretas. La investigación sobre empresas de alojamiento ("hospitality" y "hotel") están dominadas por trabajos en los dos elementos ya destacados, "Política y Estrategia" y "Gestión del Personal", destacando también la importancia dada a los temas de "Liderazgo", mientras que en las empresas de restauración y agencias de viajes, dominan los trabajos sobre "Procesos", ocupando "Política y Estrategia" el segundo lugar. La dimensión de empresa debe jugar un papel importante en esta selección de cuestiones, toda vez que las empresas de alojamiento analizadas son generalmente cadenas internacionales, lo cual realza la capacidad de análisis de los problemas estratégicos y directivos; en cambio, las empresas de menor dimensión siguen dominadas por problemas operativos o de procesos. En términos relativos, los investigadores preocupados por la satisfacción del cliente y del personal han centrado sus estudios en empresas hoteleras, seguramente porque en este ámbito es donde se encuentran aplicaciones más valiosas y divulgadas. Destacar, por último, la pobreza de trabajos sobre calidad en "leisure"; explicable quizás por el origen sociológico y académico de los investigadores en este área.

4.3. Clasificación atendiendo a la metodología empleada

Una última clasificación hizo referencia al tipo de metodología utilizada en el estudio de la calidad de la empresa turística. Para ello se clasificaron los trabajos analizados en cuatro criterios:

- 1. Estudio de un caso particular. Análisis de una empresa concreta, una cadena o franquicia.
- 2. Estudio de casos. Análisis comparativo de un conjunto de empresas, cadenas o franquicias determinadas en el artículo.
- 3. Estudio teórico. Análisis conceptual, sin aplicación práctica o empírica.
- 4. Estudio empírico sectorial. Estudios sectoriales a partir de la información obtenida por una muestra de empresas turísticas anónimas.

Los resultados obtenidos bajo esta clasificación (tabla 10) revelan el dominio de investigaciones empíricas sobre las teóricas; dentro de

aquéllas, existe una mayoría de estudios de casos, sean particulares o comparativos, aunque el porcentaje de estudios empíricos agregados es muy significativo. Esto podría indicar una escasa teorización de la investigación sobre calidad en Turismo. Creemos que esta conclusión es prematura, y seguramente errónea, toda vez que un amplio número de las

Tabla 10.- Clasificación de los artículos según la metodología empleada

	Caso particular	Estudio casos	Estudio teórico	Estudio empírico agregado
Tourism	3	4	12	22
Leisure	2	-	1	-
Hospitality	11	9	38	26
Restaurant	34	12	39	25
Travel	12	6	15	6
Hotel	60	28	34	38
TOTAL	132	59	139	117

5. Conclusiones

Investigaciones empíricas revisadas están al servicio del contraste de hipótesis teóricas. El diagnóstico indica, más bien, un equilibrio entre las investigaciones orientadas a la exposición de casos de interés para el ejercicio profesional o la prescripción de cómo aplicar sistemas de calidad en la empresa turística, y trabajos cuyo fin es testar la validez de ciertas formulaciones, modelos o principios propuestos por la teoría sobre calidad, dentro del ámbito de las actividades turísticas.

Este trabajo se enmarca en una línea de investigación¹ centrada en el estudio de las tendencias de la literatura sobre Administración de Empresas y Turismo, basada en el análisis de contenidos (Chan, Evans y Sutherlin, 1989; Weaver y McCleary, 1989; Weaver, McCleary y Ferrar, 1990; Athiyaman, 1995). El estudio es también significativo a efectos de la controversia existente sobre los criterios de medición del output de publicaciones como un indicador de la calidad académica (Rutherford y Samenfink, 1992; Wood, 1995). Su principal resultado ha sido confirmar la existencia de importantes desequilibrios en la elección de temas por los investigadores, produciéndose cierta concentración en ciertas cuestiones que deriva en brechas relevantes en otras áreas, así como la necesidad de análisis de un amplio espectro de revistas a efectos de un diagnóstico adecuado.

En relación con la determinación de los 'gaps' de investigación los resultados obtenidos plantean una primera reflexión importante. Aunque el número de publicaciones relacionadas con la calidad en el turismo ha ido en aumento a lo largo de la década analizada (1986-96), una revisión más exhaustiva de los artículos publicados, muestra que la mayoría de estas publicaciones no están relacionadas directamente con la implantación de sistemas de gestión de la calidad en las empresas turísticas: tan solo un 35 % de los artículos pueden ser considerados como tales. La justificación de esta escasa atención a la implantación de la calidad en el turismo puede tener en principio tres explicaciones lógicas:

1. La renuencia de las empresas turísticas a dar a conocer sus experiencias en materia de calidad, en el caso de suponer la existencia de un mayor número de aplicaciones en el sector.
2. La escasez de aplicaciones de sistemas de calidad en empresas turísticas (Camisón, 1996 b,c). A este respecto, es significativo el hecho de que gran parte de los trabajos analizados están concentrados en las experiencias de un conjunto de cadenas como Ritz Carlton o McDonalds.
3. Una escasa percepción por la comunidad científica en Turismo de la importancia de la calidad como factor de competitividad en esta actividad (Camisón, 1996a).

Centrándonos en el análisis de los artículos sobre la gestión de calidad, se puede observar un creciente equilibrio entre los trabajos relacionados con la implantación de sistemas de calidad bajo los enfoques técnico o humano y las investigaciones asentadas en un enfoque estratégico de la calidad. Sin embargo, un análisis más detallado de los tópicos más

¹ Frutos de la cual son trabajos previos como Camisón y Monfort (1996) y Monfort y Camisón (1996).

frecuentemente investigados desvela un desequilibrio de cierta magnitud en el análisis de las diversas dimensiones de la calidad. Si se estudia la importancia relativa de los elementos constitutivos del Modelo EFQM en la literatura revisada, se observan grandes diferencias en el grado de utilización de los diferentes métodos, técnicas y herramientas del modelo. Así, la integración de la Gestión de la Calidad Total en la Estrategia de la empresa, la gestión del personal y los procesos son los criterios que más importancia han tenido en los artículos analizados. Por el contrario, otros elementos estrechamente relacionados con los sistemas de gestión de la Calidad Total como la satisfacción de los empleados (clientes internos) y clientes, o como el impacto social de la empresa, han sido objeto de exégesis con mucha menor frecuencia.

El análisis por actividades recoge algunas diferencias significativas: mientras que los trabajos relacionados con empresas de alojamiento muestran una concepción de la calidad más orientada al cliente, los trabajos relacionados con empresas de restauración (sobre todo cadenas de restauración franquiciadas) y de viajes muestran una mayor concentración en la gestión de los procesos. Respecto al turismo en su concepción amplia, éste indica una concepción fundamentalmente orientada al destino, lo que implica que sean pocos los trabajos orientados a la gestión de la calidad en las empresas y más los estudios sobre su impacto social.

Por último, la revisión de la literatura según la metodología utilizada constata el predominio de trabajos empíricos, y un menor peso del esfuerzo de construcción teórica. Esta evidencia se suma a las voces que han proclamado ya la necesidad del desarrollo de un marco teórico que pudiese ser efectivamente empleado en la investigación de organizaciones turísticas, al tiempo que fuese útil para la toma de decisiones por los directivos en este campo (Becker y Olsen, 1995). Específicamente, se ha sostenido igualmente la necesidad de un modelo teórico que sirviese de soporte a una agenda de investigación sobre Gestión de la Calidad Total y fuese útil para su evaluación sistemática (Saunders y Preston, 1994).

En cuanto a las futuras investigaciones, la conclusión general que se puede extraer del presente trabajo es la necesidad de seguir profundizando en las experiencias disponibles sobre la implantación de los sistemas de gestión de la calidad, con el fin de poner de relieve las peculiaridades que la misma tiene en un sector que va adquiriendo cada vez mayor auge en la literatura de calidad. Mas concretamente, son necesarias nuevas investigaciones que profundicen en algunos elementos básicos que no han sido desarrollados en el turismo en la misma medida que en otras actividades de servicios (ASQC, 1996). Especialmente es necesario establecer metodologías y procedimientos que permitan evaluar la calidad percibida por el cliente en las empresas turísticas (hoteles, restaurantes, agencias de viaje); así como establecer sistemas que permitan evaluar los costes de calidad y no calidad en dichas empresas, con el fin de evidenciar los efectos positivos que la implantación de la calidad tiene en las mismas.

- Athiyaman, A. (1995), "The interface of tourism and strategy research: an analysis". *Tourism Management*, 16 (6), pp. 447-453.
- ASQC (1996), "Research for the Next Generation of Quality". *Quality Progress*, 29 (10), octubre, pp. 81-90.
- Becker, C. y Olsen, M.D. (1995), "Exploring the relationship between heterogeneity and generic management trends in hospitality organizations". *International Journal of Hospitality Management*, 14 (1), pp. 39-52.
- Camisón, C. (1994): *Gestión de la Calidad Total y Cambio Cultural: Un Modelo de Desarrollo Organizativo*. VIII Congreso AEDEM, Cáceres. 559-576. Pendiente de aparición con el título "Total Quality Management and Cultural Change: A Model of Organizational Development", *International Journal of Technology Management*, otoño 1996.
- Camisón, C. (1996a), "La calidad como factor de competitividad en turismo: análisis del caso español". *Información Comercial Española*, nº 749, enero, pp. 99-122.
- Camisón, C. (1996b), "Quality Practices and Perceptions of Valencian Hospitality Enterprises: An Empirical Analysis". *International Journal of Quality & Reliability Management*, 13 (7), pp. 79-92.
- Camisón, C. (1996c), "Total Quality Management in Hospitality: An Application of the EFQM Model". *Tourism Management*, 17 (3), mayo, pp. 191-201.
- Camisón, C. y Monfort, V. (1996), "La calidad en el turismo español: balance y prospectiva de la investigación". *Estudios Turísticos*, nº 129, pp. 129-161.
- Chan, K.; Evans, M.R.; Sutherlin, D. (1989), "Trends in hospitality management literature: a content analysis". *Hospitality Research Journal*, 13 (3), pp. 483-491.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D. y Wanhill, S. (1993): *Tourism. Principles & Practice*. Pitman Publishing.
- Deming, W. E. (1989): *Calidad, Productividad y Competitividad: La Salida de la Crisis*. Editorial Díaz de Santos, Madrid.
- European Foundation for Quality Management (1994): *Autoevaluación basada en el Modelo Europeo de Gestión de Calidad Total. Directrices para Identificación y Tratamiento de Resultados de Negocios Excelentes*. EFQM, Bruselas.

- Feigenbaum, A. V. (1986): Control Total de la Calidad. CECSA, México.
- Garvin, D. (1984): "What Does 'Product Quality' Really Mean?". Sloan Management Review, fall, pp. 25-33.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C. R. y Ritchie, J. R. (1995): Tourism. Principles, Practices, Philosophies. John Wiley & Sons, Inc., Nueva York.
- Merli, G. (1995): La Calidad como Herramienta de Negocios. Editorial Díaz de Santos, Madrid.
- Monfort, V. y Camisón, C. (1996), "Spanish Research on Quality in Tourism: The State of the Art". The Tourist Review, nº 1, pp. 41-45.
- Rutherford, D.G. y Samenfink, W. (1992), "Most frequent contributors to the hospitality literature". Hospitality Research Journal, 16 (1), pp. 23-29.
- Saunders, I.W. y Preston, A.P. (1994), "A model and a research agenda for total quality management". Total Quality Management, 5 (4), pp. 185-201.
- Weaver, P.A. y McCleary, K.W. (1989), "Academic contributors: an analysis of academic contributors to four mayor hospitality journals". Ohio Hospitality Journal, 2, pp. 6-12.
- Weaver, P.A.; McCleary, K.W.; Ferrar, A. (1990), "Academic contributions to four mayor hospitality journals revisited". Hospitality and Tourism Educator, 2 (3), pp. 30-32.
- Wood, R.C. (1995), "Assessing publications output as an indicator of academic productivity". The case of hospitality management". Tourism Management, 16 (3), mayo, pp. 171-173.