



www.eumed.net/rev/turydes/
Vol 3, Nº 7 (abril/abril 2010)

LOS CONCEPTOS: GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL DESTINO Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES. SUS VÍNCULOS E IMPACTO

Reyner Pérez Campdesuñer

Doctor en Ciencias Técnicas

reyner@facii.uho.edu.cu

Margarita de Miguel Guzmán

Doctora en Ciencias Técnicas

maguy@faceii.uho.edu.cu

Marcia Noda Hernández

Doctora en Ciencias Técnicas

mnode@ict.uho.edu.cu

Segundo Pacheco Toledo

Doctor en Ciencias Técnicas

spachecocu@yahoo.com

Liliana Sánchez Augier

Master en Dirección

lilianacuba@yahoo.es

Resumen:

Presenta un acercamiento al concepto de Gestión de Calidad de Destinos Turístico partiendo del análisis de los conceptos disponibles en la literatura de cada uno de estos términos por separado.

Palabras Claves: DESTINOS TURÍSTICOS. GESTIÓN DE CALIDAD.

The concepts: administration of the quality of the destination and the clients' satisfaction. Their bonds and impact

Summary.

It presents an approach to the tourist concept of administration of quality of destinations leaving of the analysis of the available concepts in the literature of each one of these terms for separate.

Key Word: TOURIST DESTINATIONS. ADMINISTRATION OF QUALITY.

Introducción

El mundo empresarial evoluciona de forma acelerada y con él las ciencias que se encargan del estudio de su desarrollo y genera en su crecimiento gran variedad de términos y definiciones; por ello se profundiza en los términos: destino, gestión, calidad y satisfacción así, como sus vínculos e impacto.

Materiales y métodos

Se utilizaron métodos teóricos como el hermenéutico y el análisis y síntesis, así como métodos propios de la estadística multivariada (análisis cluster).

Resultados del trabajo

Las definiciones de destino turístico resultan variadas, entre ellas se destacan: (Montaner Montejano y Antich (1993), Rodríguez Pérez (1994), Novo Valencia (1998), Bigne Alcañiz (2000), Colaiacevo (2001), Cooper y otros (2003) Hernández Rodríguez (2004)).¹ Para el análisis del concepto de destino se partió de la consulta de diversos conceptos disponible en la literatura, el estudio se inició con la identificación de las variables en ellos contenidas, eliminándose las conjunciones, preposiciones, artículos, sinónimos y palabras conectoras; obteniéndose un total de 14 variables con las que se construyó una matriz, en la cual se resumía el grado de presencia de las mismas en los conceptos en estudio, posteriormente se efectuó un análisis de Conglomerados Jerárquico,² según el cual, con un corte en el nivel 5, las variables pueden ser contenidas en dos posibles grupos, atendiendo a las variables que contemplan, en el que se destaca

¹ Citados por Pérez Campdesuñer 2006

² En los análisis de conglomerados que se desarrollan en esta investigación se utilizó como criterio de unión el método de Ward, la distancia euclidiana, atendiendo a las características de la escala utilizada para evaluar las variables utilizadas.

la existencia de dos grupos de variables (ver figura 1), uno referido al destino como **objeto** y el otro describe las **características del objeto**.

En criterio de los autores en el primer grupo, aunque no se utiliza de modo explícito, la variable procesos está y es la más abarcadora, puesto que son estos los que generan los productos turísticos a través de los cuales se logra la satisfacción. De igual forma, al precisar que se actúa en una zona geográfica determinada resulta obvio que se comparten recursos, clima y cultura.

En resumen en este trabajo se considera como destino el **conjunto articulado de procesos turísticos que actúan en una zona o área geográfica generando un flujo turístico con el objetivo de obtener ganancias, mediante la satisfacción de las necesidades de los turistas.** (Pérez Campdesuñer, 2006).

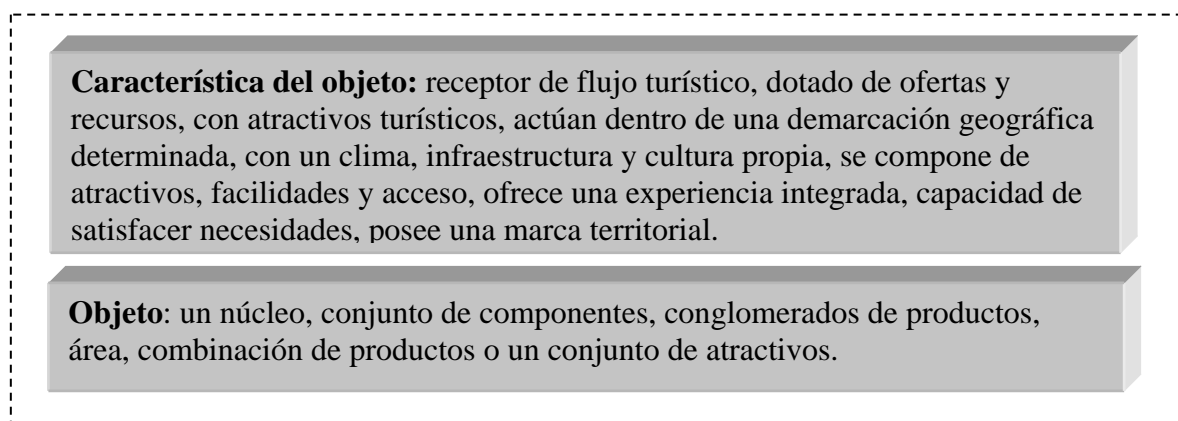


Figura 1 Grupos de variables que integran el concepto de destino turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Gestión como concepto

Actualmente existen tres términos que se manejan indistintamente en la mayor parte de la literatura relativa al desempeño organizacional, ellos son: administración, dirección y gestión. Existe un grupo de autores que se convierten en defensores de la supremacía de uno u otro término sobre los restantes; mientras que otro grupo los considera sinónimos y no ven inconveniente en alternar su uso. Los autores de la investigación, de acuerdo con el criterio utilizado en los últimos años en gran parte de la bibliografía vinculada a la calidad (en la que se incluyen las normas ISO³ 9000, 2000) decidió mantener el uso de este último y desarrollar un análisis de definiciones existentes de uno u otro término, en aras de esclarecer el alcance del mismo.

³ Organización Internacional de Estandarización

Para ello se partió de la consulta de 62 conceptos, desarrollando un análisis similar al aplicado para el análisis del concepto de destino. Mediante éste se confeccionó un dendograma según el cual, con un corte en el nivel 25, las variables pueden ser contenidas en ocho posibles grupos. De lo que puede concluirse que la gestión es un tipo de acción (**clasificación de la acción**), con determinadas características (**características de la acción**), consistente en (**acción**) que se realiza sobre un **objeto**, por un **sujeto**, con determinados **medios**, para alcanzar un **objetivo**, teniendo en cuenta un **marco de referencia**.

En el primer grupo, el término más utilizado es proceso, encontrándose en el 26% de los conceptos. En el segundo existen variables que en su alcance, incluyen otras, como es el caso de racional, que abarca la variable consciente y otras que resultan relativamente opuestas como son: dinámica y estable, continuada y sistemática. En criterio de los autores las variables correctas son: dinámica y continuada, además se mantienen las cualidades de interactiva y eficiente.

En el grupo de la acción, las variables más utilizadas se vinculan en lo fundamental a las que se conocen como funciones de la dirección. Para referirse al objeto de dirección, la variable organización resulta la más significativa. En cuanto al sujeto, se considera que la variable órgano de dirección abarca todos los niveles en que este proceso se puede presentar. En lo relativo a los medios, se consideró que la variable grupo incluye a la variable personas y que la variable proceso contempla al conjunto de reglas, métodos operativos y estructura; mientras la cooperación, si bien generalmente es necesaria, no siempre es posible, así como que la autoridad en cierta medida la incluye. Como objetivo se ve más abarcador el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la organización. Como marco de referencia se contempla el conocimiento de las leyes y principios de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general.

Por tanto, se puede concluir que la gestión es **un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la organización, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general** (Pérez Campdesuñer, 2006).

Calidad como concepto

El término calidad ha sido objeto de debate desde la antigüedad hasta la actualidad. Personalidades de diferentes épocas han intentado un acercamiento al concepto, encontrándose entre ellos nombres como Cicerón, Aristóteles, Kant, Hegel, Engels, Lenin, Kursanov, Kusinen, entre otros.

En el campo técnico concreto de la calidad de la producción y los servicios esto no ha constituido una excepción, pues ésta se ha apoyado firmemente en primer lugar en la categoría filosófica cualidad y con el decursar del tiempo se le han agregado otros elementos, teniendo de este modo múltiples significados, por lo que se reconoce por diversos especialistas el carácter polisemántico característico en este término, donde cada vez más se ensancha la multidimensionalidad del mismo. Por ejemplo, en la literatura especializada sobre calidad se pueden encontrar definiciones desarrolladas por diversos autores, entre ellos (Deming (1989), Feigenbaum (1986), ISO 8402 (1986), Yamaguchi (1989), Crosby (1992), Jurán (1993), ISO 8402 (1996), ISO 9000 (2000). Michelena Fernández (2000) y Moreno Pino (2003) además de ASQC, Tuchman, Taguchi, Ruskin y Drucker, 2004)⁴

Paneque Reyes (2001) plantea que: “la Calidad es un concepto en el que los teóricos del tema no se han puesto de acuerdo, cada uno tiene su propia concepción, todas son correctas, pero enfocan en diferentes aspectos. Y es que el campo de aplicación de la calidad es tan amplio, que es imposible tener una sola frase que cubra todas las posibilidades”.

No obstante lo anterior y aún coincidiendo con lo planteado, se persistió en la idea de realizar un análisis comparativo de los diferentes conceptos emitidos en virtud de encontrar las tendencias en el desarrollo conceptual.

El análisis se desarrolló siguiendo el algoritmo empleado en la valoración de los conceptos de gestión y destino y se obtuvo que las variables puedan ser ubicadas en nueve posibles grupos. El grado de representatividad de los diferentes grupos en uno u otro concepto se muestra en la figura 2.

⁴ Citados por Pérez Campdesuñer, 2006

Representatividad de los grupos de variables en los diferentes conceptos.

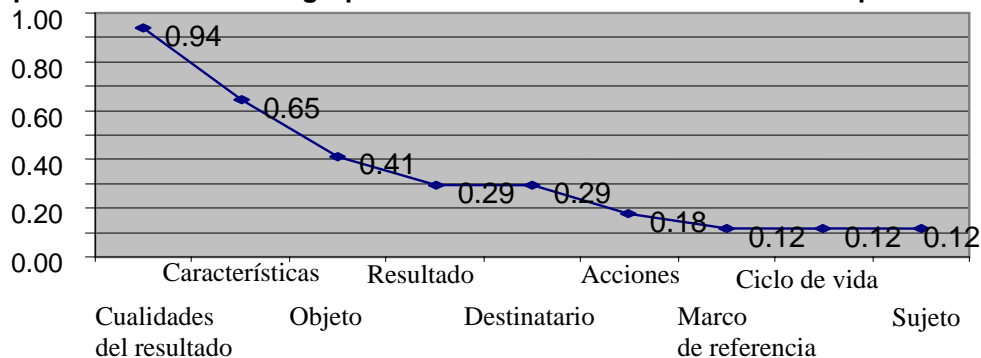


Figura 2 Grado de representatividad de los grupos de variables. Fuente: Elaboración propia

Con estos resultados, podrían formularse dos tipos de conceptos: uno sintético que sólo refiera los aspectos fundamentales del concepto (cualidades del objeto y cualidades del resultado) y el otro genérico donde se contemple cada uno de los grupos encontrados.

El concepto resumido sería: **calidad es el conjunto de atributos esenciales que propician la satisfacción de las necesidades.**

Mientras que de la existencia de los nueve grupos y mediante la combinación de los mismos se podría plantear que la calidad es **el conjunto de cualidades** que determinan el grado en que un **objeto, resultante de acciones** desarrolladas por un **sujeto**, en las diversas etapas del **ciclo de vida** de este, logre propiciar un **resultado con determinadas características**, favorable para un **destinatario** con cierto **marco de referencia**.

Sustituyendo la denominación de cada grupo por las variables más representativas dentro de estos o por una simbiosis de las mismas, se puede concluir que calidad es **el conjunto articulado de atributos esenciales, que determinan el grado en que una entidad, resultante de acciones desarrolladas por determinados sujetos económicos, durante un ciclo de vida, logre propiciar la satisfacción de las necesidades de los clientes y la sociedad sin afectar el entorno y contribuyendo a los intereses organizacionales** (Pérez Campdesuñer, 2006).

Resulta necesario destacar el término articulado adicionado al concepto, puesto que un conjunto no es más que la unión de un grupo de partes, en la cual no siempre se asegura la adecuada integración y coherencia entre estas y para que se manifieste la calidad es necesario que esta integración ocurra de modo coherente.

Los autores coinciden con Moreno Pino (2003) al plantear que resulta más beneficioso y práctico tener conciencia de los diferentes caracteres de la calidad, los cuales son: **dual**

(los fabricantes y prestadores de servicios deben ser capaces de ponerse en el lugar de los clientes y no sólo como productores o prestadores de servicios), **relativo** (lo que para algunas personas resulta de excelente calidad, para otras no y viceversa), **dinámico** (lo que es hoy de excelente calidad, en un período posterior, ya sea a largo, mediano o corto plazo, puede que ya no lo sea, debido a las necesidades crecientes del ser humano), **participativo** (en el logro de la calidad como totalidad, todas las personas en una organización empresarial aportan para alcanzar la misma), **multidimensional** (cualidad, cantidad, oportunidad, el precio, el servicio de posventa, medioambiental), **sistémico y procesal** (la calidad como totalidad se obtiene de la interrelación de un conjunto de procesos claves que la aseguran, los cuales forman un sistema de procesos de alta complejidad).

La gestión de calidad de un destino turístico como concepto. Su vínculo con la satisfacción

Si se analizan los conceptos gestión y calidad, se descubre que estos poseen puntos comunes en los grupos de variables que lo conforman, los dos primeros aluden directa a la **acción** desarrollada por un **sujeto** con determinado **marco de referencia** y de modo parcial ambas contemplan el **objeto**, el **objetivo** y los **medios**. La consideración de estos tres términos es de un modo parcial, puesto que, el alcance de la gestión, en general, es superior al de la gestión de la calidad, ya que los productos, objetivos y medios de la gestión de la calidad son parte importante de lo que incluye la gestión en su totalidad. De igual forma entre los conceptos de calidad y de destino existen puntos de contacto al ser el destino un objeto donde se puede evaluar la calidad.

Si se intentara fusionar estos conceptos, podría plantearse que la gestión de la calidad de un destino turístico es **un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la organización, desarrollado por un órgano de dirección (sujetos económicos) que cuenta con grupos de personas, recursos y su autoridad durante un ciclo de vida, para el logro de un conjunto articulado de atributos esenciales, que determinan el grado en que los procesos turísticos que actúan en una zona o área geográfica determinada, logran propiciar la satisfacción de las necesidades de los turistas y la sociedad, basado en el conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general, sin afectar el**

entorno y contribuyendo a los intereses organizacionales (Pérez Campdesuñer, 2006).

En síntesis, sería equivalente a decir que la gestión de la calidad de un destino turístico es: **un proceso consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones para el logro de un conjunto articulado de atributos, que determinan el grado en que los procesos turísticos que actúan en una zona geográfica determinada logran propiciar la satisfacción de las necesidades de los turistas y la sociedad** (Pérez Campdesuñer, 2006).

Del propio concepto de calidad se desprende la necesidad de establecer qué se entiende por satisfacción y por qué buscar esta.

La investigadora Noda Hernández (2004), luego de revisar el criterio de diferentes autores (Martínez Ribes y otros., 1999; Engel y otros, 2002; Fornell, 2002; Boss, 2003 y Evrard, 2003)⁵ define como **satisfacción del cliente**: al estado del cliente tras un juicio comparativo de los resultados de los atributos del producto o servicio (evaluación global) con sus expectativas. Esta evaluación se sustenta en la integración de valoraciones parciales establecidas para los atributos que componen el servicio, pero no sobre todos en igual medida, sino respecto a los considerados esenciales; criterios a los cuales el autor se suscribe. El nivel de satisfacción sentida por los clientes es la clave de su conducta posterior.

Los clientes satisfechos pueden ser un activo intangible de las organizaciones turísticas, pues ellos podrían retornar a la entidad o promover el servicio; es decir, satisfacer a un cliente es asegurar incrementar las utilidades en el tiempo tal y como se espera de todo activo (Rodríguez Estrada, 1996; Fleitman, 1999; Picasso Manríquez y Martínez Villega, 2000; Noda Hernández, 2004)⁶, estos producen los recursos, las inversiones y la rentabilidad. Además, es un activo múltiple porque impacta de modo directo en las ventas y asegura una liquidez mayor.

De aquí que para alcanzar una distinción frente a la competencia con un efecto económico favorable es necesario satisfacer y/o superar las expectativas del cliente (Chase y otros, 2000; Hermann y Thurm, 2000; Ruiz-Olalla Corcuera, 2000 y Noda Hernández, 2004), por este motivo diversos autores recalcan la necesidad de los servicios de desarrollar una **orientación al cliente** (Albrecht, 1997; Juran y Gryna, 1995; Omachonu, 2000; Picasso Manríquez y Martínez Villega, 2000; Camisón

⁵ Citados por Noda Hernández, 2004

⁶ Citados por Pérez Campdesuñer, 2006

Zornoza, 2000; Hermann y Trurm, 2000) y medir sus efectos (Glotieb, 1994; Iacobuci y otros, 1994; Omstrom, 1996; Rosemberg, 1996; Hocks, 1998; Zaratiegui, 1999; Vázquez Casielles y Díaz Martín, 2000; Kaplan y Norton, 2001; Beltrán Costa, 2002, Noda Hernández, 2004)⁷ a partir de adecuados niveles de calidad, de aquí se deriva la necesidad de sistema que facilite la gestión de la misma.

El impacto que produce la satisfacción sustentada en una adecuada gestión de la calidad, evidencia la necesidad de lograr incrementar la misma tanto como sea posible en cualquier producto o destino turístico que desee lograr un desarrollo sostenido.

Conclusiones

A través de los diferentes análisis de los conceptos dispersos en la literatura sobre gestión, calidad y destino se logró conformar el concepto de gestión de calidad de un destino turístico.

Recomendaciones

Léase el presente artículo no como un conocimiento acabado sino como un paso en la construcción del conocimiento.

Bibliografía

1. ISO 9000:2000. Sistemas de Gestión de la Calidad. Principios fundamentales y vocabulario.
2. Moreno Pino, Maira Dinámica del proceso docente educativo de la disciplina Calidad para la carrera de Ingeniería Industrial. Santiago de Cuba. 2003. 100 p. (Tesis en opción al grado científico de doctor en Ciencias Pedagógicas)
3. Noda Hernández, Marcia E. Modelo y Procedimiento para la medición y mejora de la satisfacción del cliente en entidades turísticas. Villa Clara : 2004. 100 p. (Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas)
4. Paneque Reyes, W. Enfoques Metodológicos para la Implementación de la Calidad Total en la Empresa de Motores Eléctricos TAUBA. Holguín : 2001. 78 p. (Trabajo presentado en opción al Título de Master en Ciencia.)
5. Pérez Campdesuñer, Reyner. Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad en el destino turístico holguinero. Holguín : 2006. 100 p. (Tesis en opción al grado científico de doctor en ciencias técnicas)

⁷ Ibidem