

La qualitat tècnica en el turisme d'aventura

The Technical Quality in Adventure Tourism

LÁZARO MEDIAVILLA SALDAÑA

Departament de Ciències Socials de l'Activitat Física, de l'Esport i de l'Oci
Facultat de Ciències de l'Activitat Física i de l'Esport (INEF)
Universidad Politécnica de Madrid (Espanya)

Autor per a la correspondència

Lázaro Mediavilla Saldaña
lazaro.mediavilla@upm.es

Resum

Quins elements poden definir i identificar la qualitat tècnica en el turisme d'aventura en diferents regions de diferents països del món? Tot aquest procés d'estudi arriba a concloure quins són els paràmetres específics que mesuren la qualitat tècnica del servei prestat per empreses especialitzades en activitats d'aventura. Una vegada reconeguts els paràmetres principals (entitat, activitat estrella, seguretat, medi ambient, recursos humans, client i recursos materials) i els subnivells (protocols, informació, transmissió, coneixement, atenció, perfil, fidelització, adaptació, processos, identificació, tractament, control, preparació i reconeixement), és possible la seva valoració i mesurament, de manera que s'obté informació objectiva del nivell de qualitat a través d'un model específic i concret, l'HEVA™.

Paraules clau: paràmetres multidimensionals, turisme d'aventura, turisme actiu i qualitat

Abstract

The Technical Quality in Adventure Tourism

What factors define and identify technical quality in adventure tourism in different regions in different countries around the world? This study process draws conclusions about which specific technical parameters measure the service quality delivered by companies specialising in adventure activities. Once the main parameters (entity, main activity, safety, environment, human resources, customer and material resources) and sublevels (protocols, information, transmission, knowledge, care, profile, loyalty, adaptation, processes, identification, treatment, control, preparation and recognition) have been recognised, they can be assessed and measured using a specific and concrete model such as HEVA™ to obtain objective information about the level of quality.

Keywords: multidimensional parameters, adventure tourism, active tourism and quality

Introducció

La primera relació de paràmetres multidimensionals en què identificaven la qualitat del servei en el subsector del turisme actiu o turisme d'aventura va començar el 2006 i es va publicar el 2008 (Mediavilla, 2008). Identificava un problema de falta de qualitat en el servei que prestaven les empreses especialitzades en aquest àmbit. Ara el problema és un altre: una vegada reconeguts els elements que identifiquen la qualitat, ¿com es poden mesurar els nivells de qualitat tècnica per poder intervenir en procediments de millora en el servei que es presta? Aquest problema requereix fer un pas més enllà dels que en l'actualitat, i al territori nacional, es desenvolupen com a models de qualitat específica en el turisme actiu.

El 2010 va aparèixer la norma UNE 188003 o l'anomenada Q de qualitat turística del servei de turisme actiu, la qual cosa s'entén com un model específic aplicable al sector. Sense entrar a fer valoracions, aquesta norma se centra en els processos bàsics, que és objectivament adequat per a un primer estadi d'implantació de la qualitat. Però aquest estudi tracta d'aprofundir en aquestes bases genèriques com a exigències de qualitat i anar cap a unes exigències més específiques i tècniques del servei que es presta. Amb això s'aconseguiria identificar la qualitat del servei des del primer moment de la seva creació fins a un procés avançat del servei, ajudant a la consolidació del mateix servei.

Hi ha molts models de qualitat, ISO, MALCOLM, SERVQUAL, etc., però seguim sense disposar de

models específics més enllà de la norma esmentada que contemplin i valorin la qualitat tècnica emesa en aquest tipus d'activitats de turisme actiu o d'aventura. I alhora són molts els autors que apliquen els seus principis a la qualitat per a la creació d'un model (Isikawa, Parasuraman, Crosby, etc.) que, utilitzant diferents eines com a histogrames, diagrames de flux, gràfics de control, etc., dissenyen models per a l'avaluació de processos de qualitat (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1993).

Tenint present aquesta situació, ens plantegem la hipòtesi que és possible crear un model específic basat en un principi teòric, per mitjà d'una eina valorativa, que al seu torn podria extrapolar-se a diferents països i als seus contextos culturals i socials. Per tot això l'objectiu que es planteja és identificar els paràmetres que es poden mesurar per reconèixer la qualitat tècnica en el turisme d'aventura i crear un model de valoració i mesurament de la qualitat en aquest mateix sector.

Per tant, aquest estudi té l'objectiu de mostrar el procés que es va seguir per identificar i organitzar els paràmetres reconeguts com a elements que incideixen en la qualitat del servei del turisme d'aventura, a través del disseny del model específic HEVA™.

Materials i mètodes

En la present investigació es descriu el procés dut a terme on la metodologia utilitzada s'ajusta a les peculiaritats de la investigació, és a dir, és quantificable, es presta al reconeixement del qüestionari i permet la seva validació, aspectes que requereix tot procés científic (Gutiérrez-Dávila & Oña, 2005; Heinemann, 2008; Tójar, 2006).

Es recopila tota la informació existent que identifica paràmetres que valorin la qualitat en les empreses de turisme actiu. Una vegada reconeguts aquests valors, es crea un sistema, HEVA™, perquè aquestes dades puguin quantificar-se per mitjà d'un qüestionari com a millor eina per a la presa de dades (Cea, 2004), el qual és avaluat per experts, a més de sotmetre's a un procediment de pretest per ser validat i reconegut (Sierra Bravo, 2003a). Tot aquest procés es va presentar a comissions específiques del sector del turisme actiu a fi de cercar el reconeixement i el caràcter científic de l'estudi (Tójar, 2006).

En l'estudi destaquen dues parts fonamentals: una de qualitativa, que se centra en la construcció de l'eina valorativa i la seva validesa, i una de quantitativa, que tracta les dades que s'obtenen a través de l'aplicació del qüestionari (Alaminos & Castejón, 2006; Cea, 2004; Díaz de Rada, 2002; Gutiérrez-Dávila & Oña, 2005; Heinemann, 2008; Latiesa, 2003; Rojas Soriano, 1999; Sierra Bravo, 2003a, 2003b; Tójar, 2006).

Per a l'obtenció dels paràmetres, s'ha treballat en les tres fases que es desenvolupen a continuació:

1. *Primera fase.* Fonts identificatives de la qualitat a les empreses de turisme actiu.

En aquesta primera fase es van obtenir els paràmetres inicials (Mediavilla, 2008). Per a això es va treballar intensament en l'estudi de les principals fonts en què es reflecteix la qualitat dissenyant el primer qüestionari bàsic, utilitzat en el DEA (2005) i que es va passar a experts; es va fer la revisió bibliogràfica dels documents legislatius de turisme actiu i la consulta de fonts bibliogràfiques que analitzaven el servei, així com la bibliografia que tractava el tema de la satisfacció del client (Calabuig, 2005; Morales & Hernández, 2004; Vara, 2002).

Aquesta primera fase va permetre extreure paràmetres preliminars que es van identificar com a factors de la qualitat del servei a les empreses del sector. L'objectiu va ser mostrar els elements que incidien en la qualitat del servei. Després de la identificació dels paràmetres, aquests van ser reconeguts a través dels quatre passos següents:

- Primer: en el I Congrés internacional de turisme actiu, en el qual es va obtenir l'aprovació del sector.
- Segon: a través de la consulta del qüestionari per experts en l'àrea d'activitats físiques en el medi natural, reunits en la I Trobada nacional d'experts universitaris en activitats físiques en el medi natural, que va tenir lloc a Madrid a càrrec de la Universitat Camilo José Cela.
- Tercer: a través de la consulta al grup d'experts en dret en esports de muntanya respecte a les matèries de regulació i responsabilitat.
- Quart: a través de l'aplicació a empreses del sector. L'últim grup que va participar en aquest procés estava compost per professionals i empresaris

del sector. Es va poder comptar amb la participació de dues de les empreses de turisme actiu més importants, significatives i amb major experiència en l'àmbit nacional per a la primera prova (Valls, 2003).

2. *Segona fase.* Presentació a experts, científics i professionals, del primer diagrama estructural de classificació dels paràmetres de la qualitat.

En aquesta segona fase es parteix de la creació del qüestionari HEVA™ (Mediavilla, 2010), i amb l'objecte de millorar l'eina valorativa es va utilitzar el marc acadèmic universitari de la II Trobada nacional d'experts universitaris: Turisme actiu i esportiu en espais convencionals i no convencionals, organitzada per la Universitat Camilo José Zela de Madrid.

3. *Tercera fase.* Validació i consolidació dels paràmetres identificatius de la qualitat tècnica.

En aquesta tercera fase es van presentar els set paràmetres identificats i la seva interrelació, en congressos internacionals específics: II Trobada nacional d'experts i científics en activitats físiques i turístiques en espais naturals convencionals i no convencionals, i II Congrés internacional de turisme actiu. Un vegada obtinguts els paràmetres identificats i el qüestionari definitiu, es va adaptar el model a la cultura empresarial de cada país (Costa Rica i Itàlia).

Aquesta fase tracta d'identificar de manera definitiva els paràmetres de qualitat per dissenyar finalment el qüestionari HEVA™, la qual cosa obliga a passar per tres períodes, algun d'ells utilitzat amb anterioritat:

El primer constitueix l'últim estadi abans d'identificar els paràmetres multidimensionals valoratius de la qualitat en el servei del turisme d'aventura i turisme actiu com a definitiu. Aquest grup tenia un perfil acadè-

mic i professional adequat, ja que tota aquesta comissió d'experts té una formació específica relacionada amb el sector.

- Màster en dret dels esports de muntanya.
- Postgrau en legislació i jurisprudència sobre esports de muntanya.
- Diploma d'especialització en reglamentació d'activitats turístiques i esportives en la natura.

En el segon període es va comptar amb la participació d'experts i empresaris pertanyents al Comitè Tècnic de Normalització 188/SC3 sobre la qualitat en el sector complementari de turisme actiu (ANETA, 2009).

En el tercer període es va fer una aplicació del qüestionari a manera de pretest, per a la qual cosa es van utilitzar quinze empreses com a mostra seleccionada, cinc per cadascuna de les tres àrees en què es divideixen les activitats que s'utilitzen en el TA: aire, aigua i terra (Olivera & Olivera, 1995). Per a l'elecció de la comunitat autònoma on escollir aquestes empreses, es va tenir en compte l'últim decret publicat, el de la Comunitat Autònoma d'Aragó, any 2009, que va ser la que va fer una major aportació al producte interior brut, 7% (Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, 2004), a més de ser la més destacada com a territori que desenvolupa aquest sector, tant per la seva geografia com per la política de desenvolupament que està implantant sobre el turisme actiu, més concretament a la província d'Osca.

Aquestes quinze empreses (*taula 1*) van aportar una visió pràctica del qüestionari per mitjà dels seus comentaris i valors de pretest, a més d'acostar aquesta eina a una realitat pragmàtica i confirmar el reconeixement dels set paràmetres multidimensionals com els elements més significatius del sector.

En una quarta fase, es va fer la presentació final en la trobada especialitzada del II Congrés internacional de turisme actiu (*fig. 1*) celebrat a Barbastro, Osca. Aquesta presentació va formar part del contingut de la taula de debat de qualitat organitzada per a aquesta trobada, la qual estava composta pel president de l'Institut de Qualitat Turística Espanyola (ICTE), el president del Comitè Tècnic Normalitzat de Turisme Actiu (CTN 188/SC3), el màxim responsable de qualitat a l'Associació Nacional d'Empresaris de Turisme Actiu, a més dels participants del congrés, empresaris, experts i científics.

Aire	Aigua	Terra
Volar en Castejón	UR	Guías de Bierge
Escuela de parapente Pirineos	Avalancha	Vertientes
Roberto	Guías Borda	Guías de Guara
Alberto	Aguas Blancas	Alcorce
Vuelo por los Pirineos	Milorcha	Aragón Aventura

Taula 1. Empreses pretestades d'Osca dividides per àrees

4. Quarta fase. Aplicació i anàlisi de les dades.

El procés investigador, a més de desenvolupar-se a Espanya (Osca i Lleida), va ser aplicat a Itàlia (Trentino i Alt Adige) (Moretti, 2006) per la seva geografia, cultura, idoneïtat i perfil de turisme de natura. Posteriorment, es va desenvolupar a Costa Rica (Alajuela i Valle Central) (Cambra Nacional de Turisme, 2008), país seleccionat per ser el més important en aquest sector del turisme de natura i aventura, ja que té l'índex més alt pel que fa a turisme receptor de natura (World Tourism Organization, 2011).¹ A Itàlia i Costa Rica van fer el procés d'adaptació lingüística i cultural de la pròpia eina valorativa (HEVA™) professors universitaris de ciències de l'activitat física i de l'esport (Universitat Tor Vergata i Universidad Nacional de Costa Rica), estudiant així la idoneïtat d'adaptació als diferents països en què es va aplicar. Quant al criteri de selecció de les empreses que operaven en les distintes zones dels dos països, es va utilitzar el criteri i requisit que fossin reconegudes com a entitats privades especialitzades en aquesta àrea dels esports i activitats d'aventura, i es va decidir agafar l'univers complet (taula 2).

Una vegada recollits tots els qüestionaris i passades les dades codificant cadascuna de les preguntes que apareixen a HEVA™ per a la realització de la seva posterior anàlisi es va emprar el programa informàtic Statistical Package for Social Sciences / Personal Computer Plus (SPSS 18) per a Windows. Es va identificar la correlació entre els diferents nivells d'importància i els nivells de valoració que tenien cadascun dels ítems que conformaven l'eina valorativa. Es va abordar la segmentació per països fent la validació de la pròpia eina i la seva consistència. I, a l'últim, es van obtenir els resultats finals d'identificació dels paràmetres que valoren la qualitat. Tot això va ajudar a crear l'escala que aquests paràmetres podrien tenir i el criteri de nivell d'importància en funció de la qualitat.

Resultats

El primer resultat són els paràmetres ordenats i classificats per nivells de rellevància multidimensional (fonamentals, primaris i secundaris) en relació amb la in-

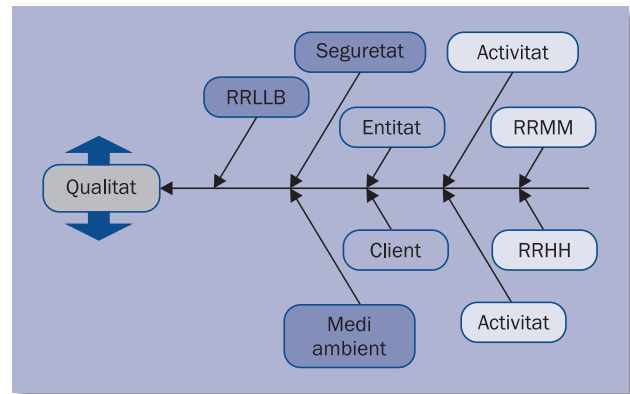


Figura 1. Causa-efecte de la qualitat per al turisme actiu

País	Freqüència	Percentatge
Costa Rica	24	29,3%
Espanya	28	34,1%
Itàlia	30	36,6%
Total	82	100,0%

Taula 2. Països i empreses de turisme actiu

fluència que tenen cadascun sobre el valor de la qualitat en el servei del turisme actiu.

Els paràmetres reconeguts com a fonamentals tenen una valoració entre 95,3 % i 94,5 % respectivament, confirmant-se així el que indica Aiora (2012) quant a la gestió del risc i considerant-se en 98,9 % la necessitat de complir uns requisits legals bàsics, sense els quals no podríem arribar al desenvolupament d'un servei a la natura (Nasarre, 2013). Amb un percentatge menor, apareixen els paràmetres primaris: el client amb el 87 %, però decisiu per a tots aquells autors que justifiquen i fonamenten la qualitat en funció de la satisfacció del client (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988b; Zeithaml & Bitner, 2002), i l'entitat amb el 86,3 % d'importància i valoració. I l'activitat, amb el 82,6 %, seria l'element amb major importància dins aquest bloc de paràmetres secundaris. A l'últim, hi hauria els recursos humans, amb el 78,2 %, que recolzen en la teoria de Valls (2002) i fins i tot la superen. Aquesta teoria indica que el 75 % de l'èxit d'una activitat és responsabilitat del recurs humà i

¹ Informe de l'OMT de 2011, on es destaca la posició de França en primer lloc, seguida d'Espanya i Itàlia en segona i tercera posicions, molt semblants entre elles a escala europea.

que els recursos materials tenen el 77,1 % d'importància i valoració en el servei de les activitats de turisme actiu o turisme d'aventura tenint en compte que en un servei l'experiència és el "bé" reconegut pel client, i així és valorada la seva importància coincidint amb autors com Parasuraman, Zeithaml i Berry (1988a) (fig. 2).

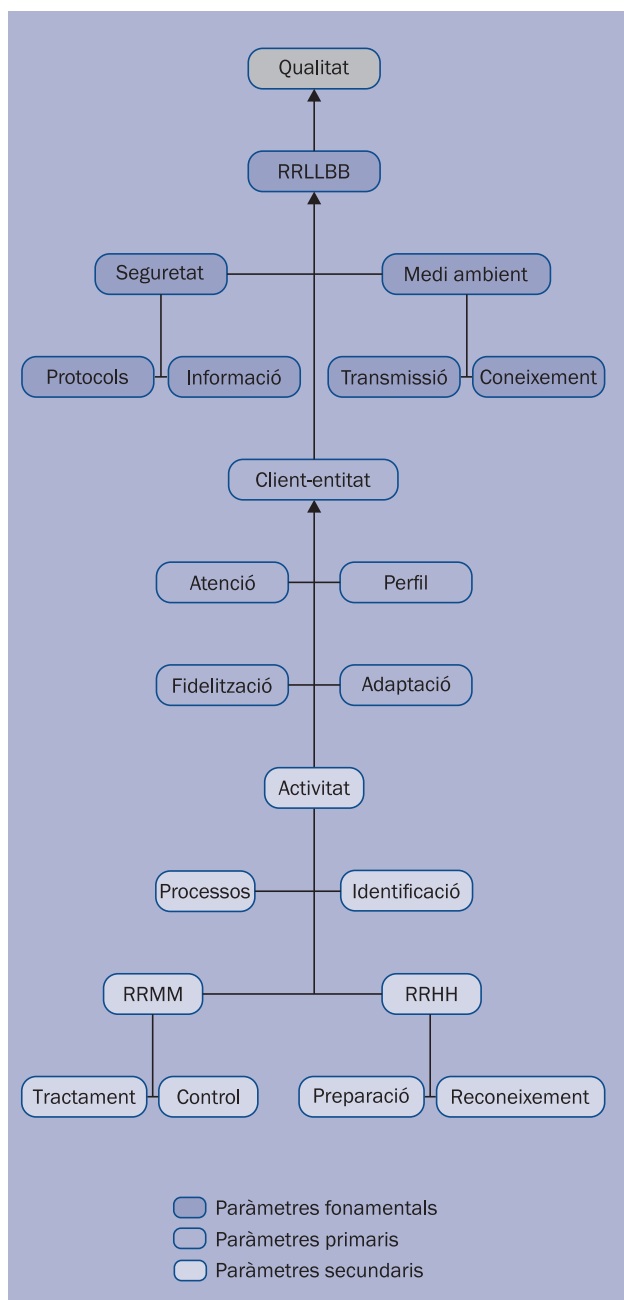


Figura 2. Esquema de variables dels paràmetres de la qualitat tècnica en el turisme actiu o d'aventura

- Fonamentals: són aquells paràmetres sense els quals no es podria partir d'un servei de qualitat, com per exemple recursos legals bàsics (RRLB), seguretat i medi ambient.
- Primaris: paràmetres amb un grau de rellevància menor que els anteriors, però que constitueixen un punt de partida imprescindible a l'hora de desenvolupar el servei de qualitat, client-entitat. Aquests tenen relació amb les àrees de turisme, administració i formació.
- Secundaris: paràmetres rellevants un vegada que s'intenta dur a terme un servei del turisme actiu: activitats, recursos humans (RRHH) i recursos materials (RRMM).

El segon resultat és la relació de la qualitat amb els paràmetres que identifiquen la qualitat tècnica emesa, amb el propi valor "causa-efecte", partint de la teoria d'Ishikawa (1994).

Cadascun d'aquests paràmetres incideix o condiciona la qualitat tècnica de l'empresa de turisme actiu en funció d'un nivell d'importància. Els resultats que es van obtenir estaven relacionats amb el valor que s'obtenia en relació amb la repercussió que cada paràmetre tenia amb la qualitat del servei. Es tornava a repetir l'ordre dels paràmetres amb petites diferències en els valors.

- Els requisits legals bàsics (RRLB) incideixen en la qualitat en el 98,5 % i representen el punt de partida per a qualsevol mena d'exigència o recerca d'un servei de qualitat o excel·lència.
- La seguretat té el 96,2 % d'incidència, sobretot quan es parla d'activitats amb un cert compromís físic i risc.
- El medi ambient influeix en el 95,2 %, que es considera fonamental, ja que és l'espai en què té lloc l'activitat i la raó per la qual totes aquestes entitats desenvolupen aquest tipus d'activitats turístiques.
- El client es pot classificar com la peça clau d'aquest procés a l'hora de generar un servei de turisme actiu, condicionant la qualitat en funció de la seva satisfacció en el 88,8 %.
- L'entitat és l'organitzadora i s'identifica amb un valor del 80,1 % com la responsable de la seva política de qualitat.

Les activitats són l'element d'interacció del client amb l'entorn natural en què es du a terme, i s'obtenen unes dades d'influència en la qualitat del servei del 80 %.

- Els recursos humans (RRHH) són els tècnics, administratius, coordinadors, directors, gerents, així com tots els professionals d'una empresa de turisme actiu, i les figures més vulnerables, alhora que decisives, ja que, entre altres funcions, constitueixen el nexa d'unió entre el client i la imatge d'empresa o entre el client i aquells valors que vol transmetre, i tenen el 79,6 % d'influència en la qualitat.
- Els recursos materials (RRMM), amb un nivell d'incidència de 78,4 %, són la peça elemental d'aquest engranatge, ja que gràcies a aquests es poden fer les activitats amb la màxima comoditat, seguretat i satisfacció per al client.

Conclusions

Els paràmetres específics que cal tenir en compte per valorar la qualitat tècnica de les empreses de turisme actiu haurien de contemplar-se en les regulacions pròpies de turisme actiu. Aquests paràmetres són: seguretat, medi ambient, entitat, client, recursos humans, activitat i recursos materials.

Cadascun d'aquests paràmetres comprèn, al seu torn, altres conclusions relacionades que complementen i amplien aquesta primera conclusió. Aquestes són les següents.

- El sector del turisme actiu és un sector jove que encara es troba en procés de consolidació en moltes regions on s'intenta implantar.
- És necessària una regulació nacional de continguts mínims del turisme actiu.
- Abans d'examinar la qualitat d'una empresa concreta de turisme actiu cal encertir-se del compliment dels requisits legals bàsics de la regulació laboral i la contractació i, a més, que són operatius.
- A les empreses de turisme actiu és prioritari el paràmetre seguretat, però sol confondre's amb la idea d'absència d'accidents, ja que no es disposa de protocols estandarditzats per treballar la seguretat abans de començar les activitats, sinó un vegada que es produeix l'accident.
- Mediambientalment, no hi ha una relació competent i operativa entre empreses i Administració pública. Això és degut al fet que el sector del turisme actiu no coneix adequadament les normes de regulació mediambiental ni les normes de qualitat

ambiental. De la mateixa manera, les administracions ambientals desconeixen el que és el sector del turisme actiu.

- Les empreses de turisme actiu o els seus empleats no tenen coneixements adequats quant a la gestió del client, la qual cosa indica que els plans de formació relacionats amb el turisme actiu no tenen aquest contingut.
- Les entitats del sector del turisme actiu tenen un perfil empresarial poc definit, i s'aprecia una gran falta d'associacionisme sectorial. Es tracta d'un sector jove sense els criteris sectorials necessaris per al seu desplegament.
- Les activitats són elements variables en funció de l'entorn amb què estan relacionades. Aquestes tenen un cicle de creació constant o evolucionen unint-se unes amb altres, la qual cosa provoca que les regulacions que les identifiquen pels seus noms quedin obsoletes ràpidament.
- Les empreses del sector no compten amb protocols d'actuació clars i definits per controlar adequadament els recursos materials. Aquests recursos són els més fàcils de comprovar, però al seu torn són els que necessiten un major treball.
- Els recursos humans (personal tècnic) de les empreses de turisme actiu, d'àmbit tan nacional com europeu, es caracteritzen per una temporalitat alta. Això provoca una rotació també alta i alhora una baixa preparació en aspectes d'habilitats socials, coneixements d'idiomes i continguts mediambientals.

Conflicte d'interessos

L'autor declara no tenir cap conflicte d'interessos.

Referències

- ANETA (2009). Pàgina web de l'Associació Nacional d'Empreses de Turisme Actiu. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Recuperat de <http://www.aneta.es/>
- Alaminos, A., & Castejón, J. L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Alcoy: Marfil.
- Ayora, A. (2012). *Riesgo y liderazgo*. Madrid: Desnivel.
- Calabuig, F. (2005). *La Calidad percibida en los servicios náuticos de la Generalitat Valenciana* (Tesi doctoral no publicada). Universitat de València, València.
- Cámara Nacional de Turismo (2008). *Directorio oficial de la Cámara Nacional de Turismo*. San José: ISD
- Cea, M. (2004). *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Manuales.

- DEA (Diploma de Estudios Avanzados) (2005). *Estudio de la calidad en las empresas de turismo activo*. Universidad Politécnica de Madrid (no publicat).
- Díaz de Rada, V. (2002). *Tipos de encuestas y diseños de investigación*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Gutiérrez-Dávila, M., & Oña, A. (2005). *Metodología en las ciencias del deporte*. Madrid: Síntesis.
- Heinemann, K. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación empírica*. Barcelona: Paidotribo.
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al Control de Calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Latiesa, M. (2003). Validez y fiabilidad de las observaciones sociológicas. A M. García Ferrando, J. Ibáñez & F. Alvira (Comps.), *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. (pàg. 409-443) (3a edició revisada). Madrid: Alianza Editorial.
- Mediavilla, L. (2008). Parámetros para la valoración de la calidad en las empresas de turismo activo, a través del diseño de un instrumento multidimensional. *Ágora para la educación física y el deporte* (7-8) (pàg. 463-491). Valladolid: Foro para la Educación Física.
- Mediavilla, L. (2010). *Estudio de la calidad del servicio de turismo activo en España (Huesca – Lérida), Italia (Trentino – Alto Adige) y Costa Rica (Alajuela – Cartago): Diseño de un método para la valoración de la calidad técnica emitida* (Tesi doctoral). Universidad Politécnica de Madrid (INEF), Madrid.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (2004). *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso*. Madrid: Secretaría General de Turismo.
- Morales, V., & Hernández, A. (juny, 2004). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. *Lecturas: EF y Deportes. Revista digital*, 10(73), Recuperat de <http://www.efdeportes.com/>
- Moretti, J. (2006). *Northern Italy*. New Jersey. Wiley.
- Nasarre, J. M. (2013). *Responsabilidad civil en deportes de montaña y actividades en la naturaleza*. Madrid: Desnivel.
- Olivera, A., & Olivera, J. (1995). Proposta d'una classificació taxonòmica de les activitats físiques d'aventura a la natura. Marc conceptual i anàlisi dels criteris escollits. *Apunts. Educació Física i Esports* (41), 108-123.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988a). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48. doi:10.2307/1251263
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988b). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Díaz de Santos.
- Rojas Soriano, R. (1999). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés.
- Sierra Bravo, R. (2003a). *Técnicas de investigación social, teoría y ejercicios*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Sierra Bravo, R. (2003b). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Tójar, J. C. (2006). *Investigación cualitativa comprender y actuar*. Madrid: La Muralla.
- Valls, J. F. (2003). *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Deusto.
- Vara, T. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid: FC Editorial.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mcgraw-Hill.
- World Tourism Organization. (2011). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.