



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

# V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

Turismo y Sostenibilidad  
Sevilla, 17 y 18 de Mayo  
2012



INDICE



*“Turismo y Sostenibilidad”*

**V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN  
TURISMO**

**Sevilla, 17 y 18 de mayo de 2012**

## V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2012

Coordinadores:  
José Luís Jiménez Caballero  
Pilar Fuentes Ruiz  
Carlos Sanz

Edita: Edición Digital @tres, S.L.L.  
C/ Doctor Escobar Delmas nº, 7 Bjo-B  
41018-SEVILLA

I.S.B.N.: 978-84-692-3488-4  
Depósito Legal: SE-3426-2009

IMPRESO EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

# COMUNICACIONES PRESENTADAS A LAS V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

## ÍNDICE:

PROLOGO	3
EL PROYECTO AGORA Y LA APLICACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS AL TURISMO ARQUITECTÓNICO PATRIMONIAL. <i>Barrado A., García-Dils S., Montes M.V., Cortés I.</i>	11
APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE AGROTURISMO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA EN MATERIA DE AGROTURISMO. Ana Guerrero Velasco, Ana María Campón Cerro Dr. José Manuel Hernández Mogollón.	33
EL CUARTO REAL DE SANTO DOMINGO COMO OPORTUNIDAD DE TURISMO SOSTENIBLE, SOCIAL Y CULTURAL PARA GRANADA. Belén Fernández de Alarcón Roca, Carlos Oliva Marañón, Agustín Martínez Peláez.	55
LA ALTA VELOCIDAD ESPAÑOLA: UN VIAJE EN EL TIEMPO A TRAVÉS DEL TURISMO CULTURAL, LA TECNOLOGÍA Y EL PROGRESO. Dra. Belén Fernández de Alarcón Roca. Dr. Agustín Martínez Peláez. Dr. Carlos Oliva Marañón.	79
HISTORIA DEL TURISMO: UNA INVESTIGACIÓN NECESARIA. Ana Moreno Garrido.	105
TURISMO, IDENTIDAD, Y REIVINDICACIÓN SOCIOCULTURAL EN CHILE. Marina Cruz Blasco.	127
CULTURA WEB 2.0 APLICADA EN EL SECTOR HOTELERO DE SEVILLA, PARA HOTELES INDEPENDIENTES. Javier Camacho Mateos, Miguel Ángel Ríos Martín y Félix A. Martín Velicia	147
EL CARTEL COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN EN LOS INICIOS DEL TURISMO ESPAÑOL (1900-1936). Rocío Herrero Riquelme.	173
CLIMA Y TURISMO ¿QUÉ RELACIÓN EXISTE EN EL CASO DE LOS TURISTAS QUE VISITAN ESPAÑA?. Carmen Peligros , Ana Felis , María F. Casado.	197
CONTEMPORANEIDAD, TURISMO Y PATRIMONIO ETNOLÓGICO: REALIDAD CORIANA Y MEDIACIÓN ETNOGRÁFICA EN EL BAJO GUADALQUIVIR. María José Romero Ternero.	217

EL USO DE LA METODOLOGÍA DEA (DATA ENVELOPMENT ANALYSIS) PARA LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LAS TIC EN LA PRODUCTIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO. Cidália Leal Paço, Juan Manuel Cepeda Pérez.	245
EL DESISTIMIENTO EN EL CONTRATO DE HOSPEDAJE. Paula Castaños Castro	277
ESTADO ACTUAL DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: UNA APROXIMACIÓN CUALITATIVA. Clara Martín Duque, Valentina Dell'Orto, Manuel Figuerola Palomo, Bela Ginzburg, Diana Gómez Bruna, Laura Fuente Moraleda, Ana Muñoz Mazón, Juan José Fernández.	301
INFLUENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM EN LA LEALTAD ACTITUDINAL DEL CLIENTE DE LA AGENCIA DE VIAJES. Dra. María Guijarro García , Dra. Myriam Martí Sánchez y D <sup>a</sup> Ruth Fernández Hernández	323
PATRIMONIO CULTURAL, IDENTIDAD Y AGENTES SOCIALES UNA APROXIMACIÓN AL CASO DE LEYMEBAMBA (AMAZONAS, PERÚ) Javier Hernández-Ramírez, Eva Gomar	347
TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN ÁREAS PERIFÉRICAS. ANÁLISIS DE POTENCIALIDADES Y DEBILIDADES EN EL PAISAJE CULTURAL DE AYABACA (PIURA. PERÚ) Hernández-Ramírez, Javier, Cuenco Ruiz, Carlos, Ramos Ballesteros, Paulino	369
LOS PLANES DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN DEL TURISMO RURAL EN LOS PARQUES NATURALES: ESTUDIO DEL CASO DEL PARQUE NATURAL DE LA SIERRA DE GRAZALEMA. D <sup>a</sup> María Moral Moral	399
CLUB DE PRODUCTO COMO HERRAMIENTA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. Manuel Pérez Serradilla y Ana María García López.	427
EL RÉGIMEN JURÍDICO-FISCAL DEL TURISMO EN ESPAÑA. María del Mar Jiménez Navas.	445
“MUSEOS Y TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA. EL EJEMPLO DE LAS CIUDADES MEDIAS”. María de la Paz Pérez Gómez.	463
POTENCIALIDADES DEL TURISMO ECOLÓGICO EN REPÚBLICA DOMINICANA: DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ECO-RUTA MACORÍX. Francisco Orgaz Agüera.	487

CÓMO ACTUAR DE MANERA EFICIENTE EN LA COMERCIALIZACIÓN ONLINE DEL SECTOR HOTELERO ANDALUZ. D. Francisco José Ortega Fraile, D. Miguel Ángel Ríos Martín, D. Antonio Ruiz Jiménez, Dña. Cristina Ceballos Hernández.	515
APROXIMACIÓN A LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: PLANES Y HERRAMIENTAS. José Manuel Hernández Mogollón, Manuel Jesús Sánchez Franco, Félix Antonio Martín Delicia, Jorge Alberto Mariño Romero.	541
ANÁLISIS DE LA OFERTA HOTELERA A TRAVÉS DE INTERNET: SEVILLA VERSUS RÍO DE JANEIRO. Francisco Javier Quirós Tomás M <sup>a</sup> del Carmen Díaz Fernández.	559
RAZONES, PRÁCTICAS Y RELACIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA TURÍSTICA. Luis Garay Tamajón, Xavier Font Aulet.	583
ORIENTACIÓN AL MERCADO Y RENOVACIÓN DE ESPACIOS URBANOS EN DESTINOS CULTURALES: EL CASO DE SEVILLA. Manuel Rey Moreno.	607
NECESIDAD DE UN SISTEMA ESPECÍFICO DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN EN EL SUBSECTOR DE ALBERGUES JUVENILES. Félix Luis Agabo-Mateos, Antonio Lobo-Gallardo, Bernabé Escobar-Pérez.	629
LA TERTULIA RADIOFÓNICA COMO MEDIO DE APRENDIZAJE DE LA HISTORIA Y EL TURISMO DE MADRID: UNA EXPERIENCIA INNOVADORA. Dr. Carlos Oliva Marañón, Dra. Belén Fernández de Alarcón Roca.	655
LA RE-INVENCIÓN DE LA TRADICIÓN INKA Y SU COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA. Alberto Carlos Chara Azurín.	673
EL TURISMO ORNITOLÓGICO: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MERCADO META. EL CASO DE ANDALUCIA. Salvador Moral Cuadra, Francisco Orgaz Agüera.	701
TURISMO RURAL EN EXTREMADURA: UN ESTUDIO DEL PERFIL DE SU DEMANDA. Elide Di Clemente, Ana María Campón Cerro, José Antonio Folgado Fernandez, Dr. José Manuel Hernández Mogollón.	719
VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN EL TRANSPORTE AÉREO: EL CASO DE LA RUTA MADRID-BARCELONA. Francisco Javier Quirós Tomás, Manuela Vega Vázquez, Francisco Orgaz Agüera, Francisco José Ortega Fraile.	741

## **APROXIMACIÓN A LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL: PLANES Y HERRAMIENTAS.**

Jorge Alberto Mariño Romero, jorgmarino@hotmail.com, Universidad de Extremadura, Avda de la Universidad S/N, 10071 , Cáceres, tfno.:927221232.

Manuel Jesús Sánchez Franco, majesus@us.es, Universidad de Sevilla, Cl San Fernando nº4, 41004, Sevilla, tfno.: 954559668.

Félix Antonio Martín Velicia, velicia@us.es, Universidad de Sevilla, Cl San Fernando nº4, 41004, Sevilla, tfno.: 954554464.

José Manuel Hernández Mogollón, jmherdez@unex.es, Universidad de Extremadura., Avda de la Universidad S/N, 10071, Cáceres, tfno.: 927257480.

Temática: Marketing Turístico.

### **RESUMEN.**

Este trabajo profundiza en las políticas del sector turístico español enfocadas a implantar estrategias de gestión de calidad en los destinos turísticos nacionales, así como las herramientas propuestas por la propia administración para medir los niveles de calidad, haciendo especial referencia a la Q del ICTE; cuyo objetivo primordial es ofertar al cliente un servicio de calidad que satisfaga sus necesidades.

Se realiza una propuesta de trabajo empírico, a través del estudio de la calidad desde una perspectiva subjetiva, un análisis del comportamiento del cliente sobre el servicio a consumir, a través del uso de la escala Servqual formulada por la escuela Norteamericana, por ser la que mayor difusión científica ha alcanzado. De tal forma que se puedan identificar los juicios sobre la calidad del servicio que realizan los consumidores, y poder conocer mejor si los productos que ofertan los alojamientos turísticos nacionales, certificados a través de la norma Q del ICTE, pueden aportar un mayor nivel de satisfacción a las necesidades de sus potenciales clientes, teniendo en cuenta sus percepciones a la hora de diseñar los servicios de calidad.

### **ABSTRACT.**

This paper studies the Spanish tourism sector policies aimed at implementing quality management strategies at the national tourist destinations, and the tools proposed by the administration itself to measure levels of quality, with particular reference to the Q of ICTE, which primary objective is to offer the customer a quality service that meets your needs.



RUIZ, A.V.; VÁZQUEZ, R.; DIAZ, A.M. (1995), “La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural”, *Papers de Turisme*, nº 19, pp. 17-34.

SÁNCHEZ, M.; PULIDO, J.I. (2008), *Medidas de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S.A.

SCTE: SISTEMA DE CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA. (2008), Presentación corporativa 2009-2010, Secretaria de Estado de Turismo.

SERRANO, A.M.; LÓPEZ, M.C.; GÓMEZ, R. (2007), “Gestión de Calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones”, *Cuadernos de Turismo*, nº 20, pp. 251-266.

SIERRA, B.; FALCES, C.; RUIZ, M.A.; ALIER, E. (2003), “Estructura de la calidad percibida en servicios de hostelería con clientelas cautivas”, *ESIC MARKET*, nº 116, pp. 21-44.

TALON, P.; GONZÁLEZ, L.; FIGUEROA, C. (2007), *La nueva realidad del sector hotelero español*. En IDOETA, C. (Coord.), *Empresa Global y Mercados Locales*, XXI Congreso Anual AEDEM, Madrid.

ZEITHAML, V.A. (1988), “Consumer perceptions of Price, Quality and Value: A Meansmodel ans Systhesis of Evidence”, *Journal of Marketing*, Vol. 52, nº 3, pp. 2-22.

ZEITHAML, V.A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L.L. (1993), *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations*, The Free Press, Nueva York, Edición Española: *Calidad Total en la gestión de servicios, Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*, Díaz de Santos, Madrid, 1993.

PÁGINAS WEB CITADAS:

<http://www.profesionales.calidadturistica.es/index.aspx>, 19/03/2011.

<http://www.calidadturistichoy.es>, 19/03/2012

<http://www.ictes.es>, 19/03/2012