[INTRODUCCIÓN 1](#_Toc416710826)

[0.1 Introducción 2](#_Toc416710827)

[0.2 Objetivo General y Objetivos Específicos 4](#_Toc416710828)

[0.3 Etapas y Metodología 5](#_Toc416710829)

[CAPÍTULO 1 9](#_Toc416710830)

[GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES 9](#_Toc416710831)

[1.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 10](#_Toc416710832)

[1.2 Recursos, Capacidades y Competencias 10](#_Toc416710833)

[1.2.1 Recursos 10](#_Toc416710834)

[1.2.1.1 Activos tangibles 12](#_Toc416710835)

[1.2.1.2 Activos intangibles 12](#_Toc416710836)

[1.2.2 Capacidades 13](#_Toc416710837)

[1.2.2.1 Dominio de las capacidades 15](#_Toc416710838)

[1.2.3 Competencias 16](#_Toc416710839)

[1.2.4 Competencias Distintivas 17](#_Toc416710840)

[1.2.4.1 Clasificación de las Competencias Distintivas 19](#_Toc416710841)

[1.3 Ventaja Competitiva y Activos Estratégicos 25](#_Toc416710842)

[1.3.1 Condiciones para Alcanzar la Ventaja Competitiva 26](#_Toc416710843)

[1.3.2 Ventaja Competitiva Sostenible 27](#_Toc416710844)

[1.3.3 Apropiación de las Rentas Generadas 29](#_Toc416710845)

[1.4 Diferentes Enfoques de Gestión de las Organizaciones 30](#_Toc416710846)

[1.4.1 Escuela Clásica o Tradicional 30](#_Toc416710847)

[1.4.2 Escuela de Comportamiento Organizacional 31](#_Toc416710848)

[1.4.3 El Modelo Neoclásico 31](#_Toc416710849)

[1.4.4 Escuela Cuantitativa 32](#_Toc416710850)

[1.4.5 El Enfoque Estructural 32](#_Toc416710851)

[1.4.6 Escuela del Enfoque de Sistemas 33](#_Toc416710852)

[1.4.7 La Economía Industrial 33](#_Toc416710853)

[1.4.8 Teoría de Juegos 34](#_Toc416710854)

[1.4.9 Dirección Estratégica 34](#_Toc416710855)

[1.5 Enfoque Basado en las Competencias 36](#_Toc416710856)

[1.5.1 Enfoque Basado en los Recursos 39](#_Toc416710857)

[1.5.2 Enfoque de las Capacidades Dinámicas 41](#_Toc416710858)

[1.5.2.1 Enfoque Basado en el Conocimiento y Aprendizaje 44](#_Toc416710859)

[CAPÍTULO 2 47](#_Toc416710860)

[LA DIRECCIÓN DE LA CALIDAD Y SU IMPACTO EN LAS ORGANIZACIONES 47](#_Toc416710861)

[2.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 48](#_Toc416710863)

[2.2 La Calidad 48](#_Toc416710864)

[2.2.1 Definición de la Calidad 48](#_Toc416710865)

[2.2.2 Estrategias de Calidad en las Organizaciones 50](#_Toc416710866)

[2.3 Familia de Normas ISO 9000 54](#_Toc416710867)

[2.4 Modelos Formales de Evaluación de la Calidad 59](#_Toc416710868)

[2.4.1 Modelo Deming y Asociados 59](#_Toc416710869)

[2.4.2 El Modelo EFQM de Excelencia 61](#_Toc416710870)

[2.4.3 La marca Q de Calidad Turística 63](#_Toc416710871)

[2.5 Dirección de la Calidad 64](#_Toc416710872)

[2.5.1 Conceptualización de la DC 66](#_Toc416710873)

[2.5.2 Dimensiones de la DC 69](#_Toc416710874)

[2.5.2.1 Principios y Prácticas de la DC 70](#_Toc416710875)

[2.5.3 Un Modelo Integrador de la DC en base a Principios y Prácticas 75](#_Toc416710876)

[2.5.3.1 Orientación al Cliente 76](#_Toc416710877)

[2.5.3.2 Mejora Continua 78](#_Toc416710878)

[2.5.3.3 Enfoque en las Personas 79](#_Toc416710879)

[2.5.3.4 Visión Global 80](#_Toc416710880)

[2.5.3.5 Interacción entre las Dimensiones de la DC 82](#_Toc416710881)

[CAPÍTULO 3 83](#_Toc416710882)

[UN MODELO TEÓRICO DE RELACIONES ENTRE LA DC Y EL DESEMPEÑO 83](#_Toc416710883)

[3.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 84](#_Toc416710885)

[3.2 Dirección de la Calidad y Competencias Distintivas 84](#_Toc416710886)

[3.2.1 Orientación al Cliente 88](#_Toc416710887)

[3.2.2 Mejora Continua 89](#_Toc416710888)

[3.2.3 Enfoque en las Personas 90](#_Toc416710889)

[3.2.4 Visión Global 91](#_Toc416710890)

[3.3 DC y Desempeño de las Organizaciones 92](#_Toc416710891)

[3.3.1 Influencia de la DC en el Desempeño Organizativo 92](#_Toc416710892)

[3.3.1.1 DC y Desempeño en el Sector Servicios 98](#_Toc416710893)

[3.3.2 Diferentes Modelos de la Relación DC y Desempeño 101](#_Toc416710894)

[3.4 Las Competencias Distintivas como Variable Mediadora en la Relación entre DC y Desempeño 105](#_Toc416710895)

[3.4.1 Modelo Teórico de la Investigación 105](#_Toc416710896)

[3.4.2 Planteamiento de las Hipótesis de Investigación 110](#_Toc416710897)

[3.4.2.1 La Relación entre principios y prácticas de la DC 111](#_Toc416710898)

[3.4.2.2 Interdependencia de los principios y prácticas de la DC 112](#_Toc416710899)

[3.4.2.3 DC y la creación de competencias distintivas en marketing 113](#_Toc416710900)

[3.4.2.4 Las competencias distintivas en marketing y su efecto en el desempeño organizativo 116](#_Toc416710901)

[3.4.2.5 Las competencias distintivas en marketing como variable mediadora en la relación entre DC y desempeño 119](#_Toc416710902)

[CAPÍTULO 4 121](#_Toc416710903)

[DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA 121](#_Toc416710904)

[4.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 122](#_Toc416710906)

[4.2 Descripción de las Unidades de Observación 123](#_Toc416710907)

[4.3 Determinación del Ámbito de Estudio 123](#_Toc416710908)

[4.3.1 El Sector Turismo 124](#_Toc416710909)

[4.3.2 Relevancia del Sector Turismo en España 126](#_Toc416710910)

[4.3.2.1 Sector Hotelero en España 127](#_Toc416710911)

[4.3.2.2 Clasificación de hoteles 130](#_Toc416710912)

[4.4 Instrumentos de Medición 132](#_Toc416710913)

[4.4.1 Instrumento de Medida del Constructo DC 133](#_Toc416710914)

[4.4.2 Instrumento de Medida de las Competencias Distintivas 136](#_Toc416710915)

[4.4.3 Instrumento de Medida del Constructo Desempeño Organizativo 138](#_Toc416710916)

[4.5 Encuesta y Características de la Muestra 143](#_Toc416710917)

[4.5.1 Diseño de la Encuesta 143](#_Toc416710918)

[4.5.2 Características de la Muestra 145](#_Toc416710919)

[4.5.2.1 Tipos de muestra 145](#_Toc416710920)

[4.5.2.2 Tamaño de la muestra 146](#_Toc416710921)

[4.5.2.3 Datos del Estudio 148](#_Toc416710922)

[4.6 Modelos de Ecuaciones Estructurales 148](#_Toc416710923)

[4.6.1 Modelización con Ecuaciones Estructurales 150](#_Toc416710924)

[4.6.1.1 Especificación 154](#_Toc416710925)

[4.6.1.2 Identificación 154](#_Toc416710926)

[4.6.1.3 Estimación 155](#_Toc416710927)

[4.6.1.4 Interpretación 155](#_Toc416710928)

[CAPÍTULO 5 157](#_Toc416710929)

[ANÁLISIS DE RESULTADOS 157](#_Toc416710930)

[5.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 158](#_Toc416710932)

[5.2 Propiedades de las Escalas e Indicadores Utilizados en el Desarrollo Empírico 158](#_Toc416710933)

[5.2.1 Dimensionalidad 159](#_Toc416710934)

[5.2.1.1 Medidas absolutas de ajuste 159](#_Toc416710935)

[5.2.1.2 Medidas incrementales de ajuste 161](#_Toc416710936)

[5.2.1.3 Medidas de parsimonia 162](#_Toc416710937)

[5.2.2 Fiabilidad 163](#_Toc416710938)

[5.2.3 Validez 164](#_Toc416710939)

[5.2.3.1 Validez de expresión o contenido 165](#_Toc416710940)

[5.2.3.2 Validez de criterio 165](#_Toc416710941)

[5.2.3.3 Validez convergente 166](#_Toc416710942)

[5.2.3.4 Validez discriminante 166](#_Toc416710943)

[5.3 Evaluación de la Escala de medida de la DC 167](#_Toc416710944)

[5.3.1 Dimensionalidad 167](#_Toc416710945)

[5.3.2 Fiabilidad 171](#_Toc416710949)

[5.3.3 Validez 172](#_Toc416710950)

[5.3.3.1 Validez de contenido 172](#_Toc416710951)

[5.3.3.2 Validez convergente 172](#_Toc416710952)

[5.3.3.3 Validez discriminante 172](#_Toc416710953)

[5.4 Evaluación de la Escala de Medida de las Competencias Distintivas en Marketing 173](#_Toc416710954)

[5.4.1 Dimensionalidad 174](#_Toc416710955)

[5.4.2 Fiabilidad 175](#_Toc416710956)

[5.4.3 Validez 176](#_Toc416710957)

[5.4.3.1 Validez de contenido 176](#_Toc416710958)

[5.4.3.2 Validez convergente 176](#_Toc416710959)

[5.5 Evaluación de la Escala de Medida del Desempeño Organizativo 177](#_Toc416710960)

[5.5.1 Dimensionalidad 177](#_Toc416710961)

[5.5.2 Fiabilidad 177](#_Toc416710962)

[5.5.3 Validez 178](#_Toc416710963)

[5.5.3.1 Validez de contenido 178](#_Toc416710964)

[5.5.3.2 Validez convergente 178](#_Toc416710965)

[5.6 Contraste de Hipótesis Mediante la Utilización de Modelos de Ecuaciones Estructurales 179](#_Toc416710966)

[5.6.1 Hipótesis Relacionada con los Principios y Prácticas 179](#_Toc416710967)

[5.6.2 Hipótesis de Interdependencia 180](#_Toc416710968)

[5.6.3 Hipótesis que Relaciona DC y la Creación de Competencias Distintivas en Marketing 181](#_Toc416710969)

[5.6.3.1 Ajuste del modelo global 181](#_Toc416710970)

[5.6.3.2 Ajuste del modelo de medida 182](#_Toc416710972)

[5.6.3.3 Ajuste del modelo estructural 183](#_Toc416710973)

[5.6.4 Hipótesis que Relaciona las Competencias Distintivas en Marketing y el Desempeño Organizativo 184](#_Toc416710974)

[5.6.4.1 Ajuste del modelo global 184](#_Toc416710975)

[5.6.4.2 Ajuste del modelo de medida 185](#_Toc416710977)

[5.6.4.3 Ajuste del modelo estructural 186](#_Toc416710978)

[5.6.5 Hipótesis que Relaciona el Papel Mediador de las Competencias Distintivas en Marketing entre la DC y el Desempeño Organizativo 186](#_Toc416710979)

[5.6.5.1 Ajuste del modelo global 188](#_Toc416710980)

[5.6.5.2 Ajuste del modelo de medida 188](#_Toc416710982)

[5.6.5.3 Ajuste del modelo estructural 189](#_Toc416710983)

[CAPÍTULO 6 191](#_Toc416710984)

[CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN 191](#_Toc416710985)

[6.1 Objetivos y Contenido del Capítulo 192](#_Toc416710986)

[6.2 Conclusiones 192](#_Toc416710987)

[6.2.1 Conclusiones Teóricas 193](#_Toc416710988)

[6.2.2 Conclusiones del Estudio Empírico 195](#_Toc416710989)

[6.3 Limitaciones del Estudio 200](#_Toc416710990)

[6.4 Futuras Investigaciones 200](#_Toc416710991)

[CAPÍTULO 7 203](#_Toc416710992)

[REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 203](#_Toc416710993)

[7.1 Referencias Bibliográficas 204](#_Toc416710994)

[CAPÍTULO 8 227](#_Toc416710995)

[ANEXOS 227](#_Toc416710996)

[8.1 Cuestionarios 228](#_Toc416710998)

[8.1.1 Dirección de la Calidad (Principios) 228](#_Toc416710999)

[8.1.2 Dirección de la Calidad (Prácticas) 229](#_Toc416711000)

[8.1.3 Competencias Distintivas en Marketing 230](#_Toc416711001)

[8.1.4 Desempeño Organizativo 231](#_Toc416711002)