

ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA DE 2002 A 2012 SOBRE CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS

Alexandre Meira de Vasconcelos*
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Campo Grande – MS, Brasil
Álvaro Guillermo Rojas Lezana**
Universidade Federal de Santa Catarina
Florianópolis – SC, Brasil

Resumen: En este trabajo se presenta un análisis bibliométrico de la calidad de los servicios turísticos en los artículos publicados en revistas internacionales indexadas en bases de datos. Los documentos fueron seleccionados en quince bases, filtrados por criterios arbitrados por los autores y 105 artículos formaron el portfolio objeto de análisis bibliográfico. Entre los hallazgos más importantes se encuentran (1) la generación de conocimiento acerca de la calidad en los servicios turísticos, (2) la información sobre los autores, las revistas, las palabras clave, los centros de investigación y los países de mayor importancia en la cartera seleccionada, (3) una serie de lagunas y oportunidades para futuras investigaciones, entre ellas que no hay ninguna elite científica ocupada en el estudio a fondo de la calidad en el sector turístico, lo que deja espacio para la creación de grupos de investigación especializados en el tema; que la producción se concentra en las revistas científicas clasificadas en el área de Ciencias Sociales Aplicadas, lo que deja espacio para la inclusión de nuevas áreas; y que los estudios se concentran en el hemisferio norte (América del Norte, Europa y Asia) y con diferentes enfoques, lo que abre espacio para estudios más amplios en todo el Hemisferio Sur.

PALABRAS CLAVE: turismo, calidad, servicios turísticos, bibliometría, producción científica.

Abstract: Bibliometric Analysis of the Scientific Production of 2002 to 2012 about Quality on Tourist Services. This paper presents a bibliometric analysis of the quality of tourism services in the articles published in international journals indexed in databases. The documents were selected on fifteen bases, filtered by criteria arbitrated by the authors and 105 articles formed the portfolio subject of literature review. Among the key findings are (1) the generation of knowledge about the quality of tourism services, (2) information about the authors, magazines, keywords, research centers and major countries in the portfolio selected, (3) a number of gaps and opportunities for future research, including that there are no scientific elite engaged in the study in depth of quality in the tourism sector, which leaves space for the creation of specialized research groups in the subject, that the production is concentrated in scientific journals classified in the area of Applied Social Sciences, which leaves space for the inclusion of new areas, and the studies are concentrated in the northern hemisphere

* Ingeniero en Producción por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro – RJ, Brasil; Maestría en Ingeniería de Producción por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis - SC, Brasil. Actualmente doctorando en Ingeniería de Producción por la misma institución. Se desempeña como Profesor Asistente en la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campo Grande – MS, Brasil. E-mail: alexandre.meira@ufms.br

** Ingeniero Civil Químico por la Universidad Católica de Valparaíso, Valparaíso, Chile; Doctor en Ingeniería Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España. Actualmente se desempeña como Profesor Asociado 3 de la Universidad Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, Brasil. E-mail: lezana@deps.ufsc.br

(North America, Europe and Asia) with different approaches, opening space for broader studies throughout Southern Hemisphere.

KEY WORDS: *tourism, quality, tourism services, bibliometrics, scientific production.*

INTRODUCCIÓN

Ante los innumerables conflictos encontrados en la literatura respecto de los conceptos, aplicaciones y presentación de resultados sobre la calidad de los servicios turísticos es complejo identificar contribuciones convergentes sobre este tema. Las dos opciones más fáciles, aunque arriesgadas y cuestionables, son: (1) considerar toda contribución acerca del tema; (2) tener en cuenta sólo las contribuciones consolidadas académicamente y publicadas por investigadores reconocidos. La primera resulta un mosaico inconexo de contribuciones cuya principal fragilidad es la falta de una base epistemológica que las reúna en un conglomerado teórico, lo que expone la falta de filiación teórica de los investigadores. La segunda guía al investigador hacia la producción de textos recurrentes que pueden ser iguales a los de muchos otros investigadores y que contribuyen poco o nada al desarrollo científico.

La producción científica sobre el tema es difusa y dificulta un análisis coherente y consistente. Por lo tanto, los autores de este trabajo se enfrentaron con la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué artículos académicos se han producido (y quién los produjo) sobre “calidad en servicios turísticos” que sean relevantes desde el punto de vista científico, representativos del área y que realicen una contribución al conocimiento científico? La investigación bibliométrica genera conocimiento sobre la producción científica a medida que informa acerca de los temas principales abordados, los autores y sus filiaciones, las revistas más relevantes, entre otras informaciones. Hall (2011) afirma que la investigación bibliométrica interesa al turismo pues evalúa externamente la calidad de la investigación, informa sobre el impacto y los factores de prestigio y estudia el desarrollo del área. Para el mismo autor la bibliometría es útil para reflexionar sobre los estudios de un área del conocimiento y para evaluar el desempeño de investigadores e instituciones.

El objetivo de este artículo es mapear la producción científica acerca de la calidad en servicios turísticos aplicando rigor científico al seleccionar los artículos y usando la bibliometría para presentar los principales resultados. Se espera obtener un panorama de los últimos 10 años sobre el tema y discutir un conocimiento que aún carece de profundización. Se optó por seleccionar un conjunto de artículos representativos y científicamente relevantes en revistas indizadas en bases de datos electrónicas.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Theobald (2005) observa la dificultad de definir el concepto de “turismo” y lo analiza como (1) un fenómeno social; (2) el conjunto de gastos de los turistas o visitantes y (3) una experiencia o proceso de extrema variabilidad. Amaral (2011) reconoce que el turismo abarca la producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de transporte, alimentación, hospedaje, recreación, etc.

Los conceptos de turista y de turismo también son bastante amplios y controvertidos (Ignarra, 2003; Oliveira-Santos, 2007), pero lo que aúna las definiciones en la literatura de referencia es la unión obligatoria de los turistas al consumo. O sea que sólo es posible identificarlos si hay un desplazamiento de la región de residencia para consumir productos turísticos gastando recursos económicos. Se excluyen los individuos que contratan agencias de turismo y que se informan sobre paquetes y destinos pero no los adquieren o los adquieren para que viajen otros. Es necesario comprender que el concepto precisa ser ampliado considerando como consumidores a aquellos que efectivamente usufructúan el producto turístico aunque no desembolsen dinero, y como clientes reales o potenciales a aquellos que tienen la decisión de compra. Para Balachandran (2004) las necesidades de los consumidores influyen en la decisión de compra pero no siempre son quienes deciden la adquisición. Este autor afirma que la función del servicio sólo será efectiva si el cliente está satisfecho.

La literatura de referencia apunta la importancia de la regulación del sector (Cristea, 2009; Lorenzi, Bazzan, Abel & Ricci, 2011) y su influencia sobre cuestiones laborales (Scheyvens, 2011); formalización de la organización (Pfueller, Lee & Laing, 2011); prácticas profesionales (Mak, Wong & Chang, 2010); sustentabilidad (Font, 2008; Pfueller, Lee & Laing, 2011); garantías para los clientes (Nicolau & Sellers, 2010), entre otras cuyo olvido puede generar perjuicios a la excelencia en la prestación de los servicios. Una buena gestión del turismo también contempla el cumplimiento de la legislación vigente mediante la evaluación de los servicios turísticos (Kuo, Hung, Hou & Chang, 2011), aunque esto no es suficiente para establecer criterios comunes al sector con parámetros claros y objetivos de diferenciación (Casadesus, Marimon & Alonso, 2010).

El desempeño de las empresas tiene un efecto directo sobre el crecimiento de los negocios, la creación de nuevos puestos de trabajo y el mantenimiento de los ya existentes. La calidad de los servicios y la consecuente satisfacción de los turistas son indicadas por varios especialistas como prioritarias para la diferenciación y competitividad del sector, mejorar la imagen y la atractividad de los destinos turísticos, conquistar nuevos consumidores y mantener la fidelidad de los actuales y generar empleo e ingresos para la población (Eraqi, 2006; Meng, Tepanon & Uysal, 2008; Mak, 2011). Ekiz (2010), por su parte, propone un tratamiento diferenciado en los estudios sobre el comportamiento de consumo del turista para no tratarlo como un consumidor común.

Asimismo, el turismo tiene un impacto sobre los trabajadores eventuales o informales de las comunidades y atrae la mirada del poder público para mejorar la infraestructura, preservar los destinos turísticos y mejorar el destino de los recursos. La crisis mundial iniciada a fines de la última década impactó en los mercados reduciendo la demanda y aumentando la oferta y supervivencia de las empresas que crearon alternativas para el cliente, nuevas necesidades y anticipación de escenarios. Es decir que actuaron estratégicamente con una fuerte interacción con el mercado en un escenario dinámico y mutable (Paladini, 2009). El sector del turismo no está inmune a esta crisis y se ve impelido a buscar nuevos caminos, pues los destinos turísticos no se sustentan sólo con atractivos naturales. En Brasil el déficit ocurre porque aún con atractivos naturales, culturales, históricos y económicos, la calidad de los servicios turísticos es baja (infraestructura física, logística de transporte, seguridad pública, etc.) y no resulta atractiva para el turista de mayor poder adquisitivo (Alban, 2008). Las inversiones en el sector podrían generar un efecto multiplicador en otros como la construcción civil, transporte, souvenirs, alimentos, etc. (Barretto, 2005).

Es sabido que la demanda de servicios turísticos es solicitada por una clientela heterogénea, fragmentada y exigente (García & Picos, 2009). Ser competitivo en el escenario actual demanda calidad en las operaciones, pero también requieren atención los aspectos subjetivos de la calidad y los componentes externos de la organización prestadora de servicios y el destino turístico orientados a satisfacer al turista dejándolo deseoso de volver o recomendar los servicios a otros (He & Song, 2009; Sainaghi, 2010).

Los segmentos ligados al turismo componen una cadena de provisión de servicios interconectada y las acciones aisladas de cada organización sirven para que los clientes evalúen la experiencia vivida y la calidad del producto turístico global (Eraqi, 2006). Así, dichas dimensiones y criterios deberán considerar el ambiente estratégico de la organización, la definición de objetivos, la creación de modelos operativos, la eficiencia de los recursos, los lineamientos para la comunicación con el cliente, la garantía de desempeño de los servicios y la mejora continua (Gilbert & Gao, 2005; Hwang & Lockwood, 2006; Moon, Kim, Ko, Connaughton, & Lee, 2011). De esta manera, verificar lo que se ha estudiado sobre la calidad en esos segmentos del sector turístico resulta relevante para el medio académico.

La bibliometría ha sido utilizada para producir conocimiento científico en diversas áreas (Gu, 2004; Junquera & Mitre, 2007; Silva & Teixeira, 2009) lo que confirma su importancia e interés en el medio académico. Se utilizan métodos estadísticos de primer orden como conteo, distribución de frecuencia o rankings, y se interesan en sistematizar la información (Vanti, 2002). Para Van Raan (2005) la bibliometría es útil porque promueve la evaluación de la producción científica durante un período de tiempo por intermedio de indicadores y posibilita el estudio de la ciencia como un sistema para generar conocimiento. Para Barrios, Borrego, Vilagines, Olle & Somoza (2008) el objetivo de la bibliometría es simplemente mirar la producción de los científicos y medir lo que sucedió a través del tiempo.

La técnica de la bibliometría da carácter cuantitativo a un estudio (Vanti, 2002) con la medición de la frecuencia de parámetros y el análisis estadístico de la producción científica en el campo del conocimiento. La lógica de investigación es puramente inductiva pues se pretende generar conocimiento en el investigador a partir de los datos de los artículos (Richardson, 2008), aunque el método de selección de artículos no permite proposiciones generales en cuanto al área del conocimiento.

Importa destacar que la bibliometría es orientada por el perfil interpretativo de los investigadores y es influenciada por las decisiones e intenciones personales de los mismos. La interferencia de éstos se manifiesta en la selección de las palabras clave; la elección de los bancos de datos; la verificación del alineamiento de los artículos según el título, el resumen y el contenido integral del artículo; y en la fijación de valores de representatividad en algunas etapas.

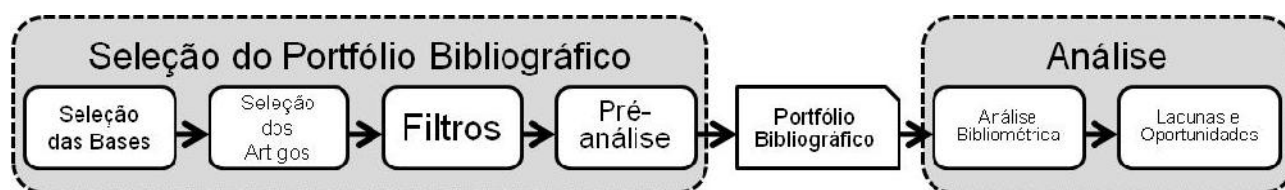
La publicación de artículos en revistas indizadas en bases de datos informatizadas es la principal forma de difusión de resultados científicos, principalmente en el área de Ingeniería y Ciencias Sociales (Campbell et al., 2010). La elección consultando bases de datos se debió a la facilidad de acceso, la rapidez y las formas de archivo con ramificaciones en todo el mundo (Costa, 2007). Las bases de datos indizadas sirven como principal fuente de consulta sobre la producción científica mundial más representativa pues los artículos son evaluados antes de ser publicados por investigadores altamente conceptuados.

Quien ejecuta la bibliometría debe fijar arbitrariamente la representatividad que se desea de las bases de datos alineadas al tema. Los autores son libres en ese momento para definir si optan por escoger bases más representativas u optan por algún recorte estadístico. El uso de métodos cuantitativos en la bibliometría busca evaluar objetivamente la producción científica (Araújo, 2007) sin análisis cualitativos de su contenido. A continuación se presentan los métodos y técnicas de selección y análisis del material científico recolectado.

METODOLOGÍA

Los procedimientos para la composición del portfolio de artículos y el análisis bibliométrico siguen rigurosamente las etapas expuestas a lo largo del presente artículo. Aquí se detalla el fluxograma de la selección y el proceso de análisis (Figura 1). Metodológicamente esta investigación es clasificada como teórica, descriptiva, con abordaje mayormente cuantitativo y exploratoria. Busca generar conocimiento acerca de la producción científica publicada, disponible e indizada. En cuanto al proceso de investigación este artículo posee carácter cualitativo y cuantitativo. El cualitativo se identifica en la selección de artículos seguida de la interpretación de la adherencia a parámetros preestablecidos según el propósito del estudio. El carácter cuantitativo está dado por la técnica de la bibliometría (Vanti, 2002) con la medición de la frecuencia de parámetros y análisis estadístico de la producción científica en el campo del conocimiento propuesto en este trabajo.

Figura 1: Flujograma de la Selección del Referencial y Análisis Bibliométrico



Fuente: Elaboración propia

Las búsquedas serán realizadas prioritariamente en bases indizadas en la Coordinación de Capacitación de Personal de Nivel Superior de Brasil (Capes). Campbell et al. (2010) afirman que las bases de datos informatizados se configuran actualmente como la principal forma de difusión de resultados científicos. Para Costa (2007) esto se debe a la posibilidad de acceso a un archivo de investigadores muy abarcador desde cualquier parte del planeta y con gran rapidez.

Las revistas electrónicas o portales figuran como principales fuentes de consulta pues cambiaron la producción científica en las últimas tres décadas en relación a la cantidad y velocidad de producción y publicación de nuevos artículos, así como su uso como referencia (Costa, 2007; Silva & Teixeira, 2009). El efecto de internet en la generación y difusión del conocimiento es notorio y también es más fácil comprender e interpretar las redes de conocimiento de un determinado campo de estudio (Zhao & Strotmann, 2008a; 2008b). Por este motivo se han realizado diversos estudios bibliométricos en los últimos años para comprender y medir la producción científica de algunas áreas del conocimiento (Caldas & Tinoco, 2004; Gu, 2004; Junquera & Mitre, 2007; Moretti & Figueiredo, 2007; Podsakoff, MacKenzie, Podsakoff & Bachrach, 2008; Silva & Teixeira, 2009).

Selección del portfolio bibliográfico

El proceso de selección del portfolio bibliográfico comprende cuatro etapas:

- a) selección de las bases de datos (bibliotecas electrónicas) disponibles en el portal electrónico de revistas de la Capes;
- b) selección de los artículos directamente en las bases por medio de los sistemas de búsqueda electrónica;
- c) uso de filtros de investigación arbitrariamente definidos para seleccionar artículos conforme el alcance de la investigación y las decisiones del investigador.
- d) preanálisis de los artículos con la intención de seleccionar aquellos más adherentes al estudio con un abordaje cualitativo por medio del análisis de contenido (Bardin, 2011). Este análisis usó los criterios de adherencia del contenido a los objetivos de la investigación, a la contribución teórico-empírica de los mismos para la investigación y a la contundencia del aporte teórico.

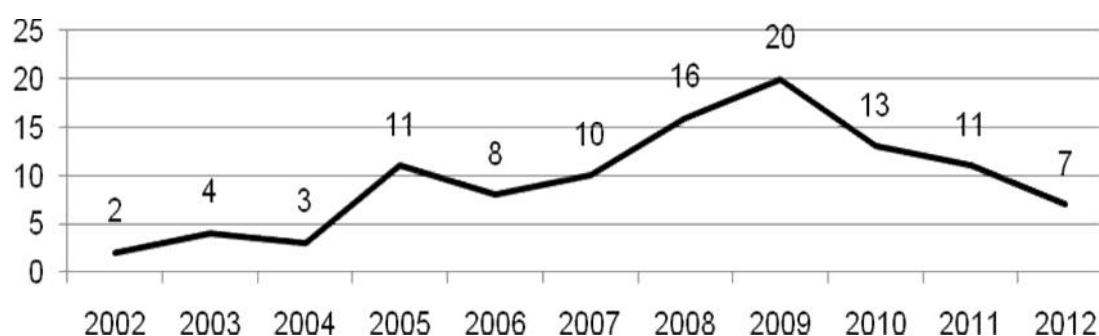
Cada criterio recibió una puntuación en una escala Likert de 1 a 3 y se atribuyó una nota global a cada artículo por la suma de las puntuaciones de los criterios. Todos los artículos con nota 1 para el criterio de adherencia fueron eliminados y el resto conformó el portfolio de artículos.

Algunas etapas se detallaron conjuntamente con la sección de resultados para darle fluidez al texto, evitar redundancias y aumentar el nivel de comprensión sobre la ejecución y alcance de los procedimientos realizados.

RESULTADOS

El análisis bibliométrico realizado pone en evidencia los autores, centros de excelencia, revistas y palabras clave más destacados en el portfolio de la investigación, los mapas de cocitaciones, entre otros elementos para comprender la influencia de los autores, temas e instituciones en el campo estudiado. La Figura 2 muestra la evolución de las publicaciones a lo largo de los años y se observa la tendencia de crecimiento a partir de 2002 con un pico en 2009. Mientras que en los últimos tres años la tendencia decrece. Los 105 artículos seleccionados están identificados luego de las referencias bibliográficas con el título “fuentes de investigación”.

Figura 2: Distribución temporal de los artículos sobre calidad en servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia

No es posible afirmar taxativamente el motivo de la disminución del número de artículos sobre la calidad y el desempeño en el sector turístico, pero se pueden realizar algunas inferencias:

- el agotamiento de los modelos de evaluación normalmente utilizados en servicios turísticos que son abarcadores y no consideran especificidades del sector;
- la baja inserción de otras áreas del conocimiento en los estudios observada por la centralidad de estudios sobre turismo y hospitalidad en las ciencias sociales aplicadas.

Selección de las bases y de los artículos

Para este proyecto se seleccionaron 15 bases de datos indizadas en el portal de revistas de la Capes (

). La elección de las bases obedeció a los siguientes criterios: (1) acceso libre a artículos científicos con textos completos; y (2) posibilidad de exportación de metadatos al software EndNote®, usado para tratamiento, manipulación, conteo de metadatos y lectura de los artículos. Cuando no se obtuvo libre acceso a través de la Capes se buscaron artículos por medio de Google Scholar® para intentar obtenerlos en otras bases de tipo “open access”.

Tabla 1: Cantidad de artículos seleccionados en las bases indizadas

Base	Nº Artículos	Base	Nº Artículos
Compendex (Engineering Village 2)	1.668	ScienceDirect (Elsevier)	129
SCOPUS (Elsevier)	783	JSTOR	70
Highwire Press	530	Scielo.br	22
Web of Science	426	IEEE Xplore	21
Academic Search Premier - ASP (EBSCO)	365	Cambridge Journals Online	19
Wiley Online Library	237	Annual Reviews	1
Emerald Fulltext (Emerald)	235	ACS Journals Search	0
SAGE Journals Online	144	---	---
TOTAL			4.650

Fuente: Elaboración propia

Los artículos fueron seleccionados directamente en las bases buscando la ocurrencia de las palabras clave en el título, resumen y palabras clave de los artículos. Las palabras clave usadas en la selección se basaron en la combinación de los términos “calidad” y “desempeño” con “turismo”. Sólo las bases *ScienceDirect (Elsevier)*, *SCOPUS (Elsevier)*, *Web of Science* y *Wiley Online Library* aceptan el uso de símbolos de truncamiento (*, \$ o ?). En las demás se usaron las palabras clave “calidad” o “desempeño” combinadas con “viaje” o “turismo” buscándolas sólo en el resumen de los artículos.

En esta selección los documentos prioritarios fueron artículos científicos y de revisión, mientras que no se consideraron libros, artículos no publicados, editoriales, notas y literatura gris. Esta elección prioriza artículos porque proponen comprobaciones más actualizadas del progreso científico y porque se originan en un proceso reconocido en el mundo académico, documentado, registrado, formal y mediante la evaluación de pares (Fachin & Hillesheim, 2006). El recorte temporal de los últimos 10 años (2002-2012) se estableció para considerar las publicaciones más recientes sobre el tema. También se consultaron y citaron las tesis de doctorado nacionales de los últimos 5 años y algunos libros seminales para generar más conocimiento sobre el tema estudiado.

Filtros de investigación

El total de 4650 artículos pasó por sucesivos filtros hasta obtener un resultado más adherente a los objetivos de investigación. Estos filtros tienen la función de eliminar artículos indeseables y de perfeccionar el proceso de investigación para no tener que dedicar tiempo innecesario a la lectura exhaustiva de textos que no agregan valor a los propósitos del trabajo.

El primer filtro fue para eliminar con la ayuda del *software* EndNote® los artículos publicados duplicados en bases distintas por medio del comando “*Find Duplicates*” que eliminó 554 artículos. Luego se efectuó la lectura de los títulos y resúmenes de todos los artículos no duplicados para eliminar los que no estuvieran alineados con los objetivos del estudio. Este filtro realizó el corte más drástico del conjunto de artículos, reduciéndolo en 3917 publicaciones. El tercer filtro permitió trabajar sólo con los artículos cuyo contenido integral estaba disponible y con acceso gratuito. El último filtro fue el de preanálisis, o sea después de la “lectura fluctuante” (Bardin, 2011) de los artículos.

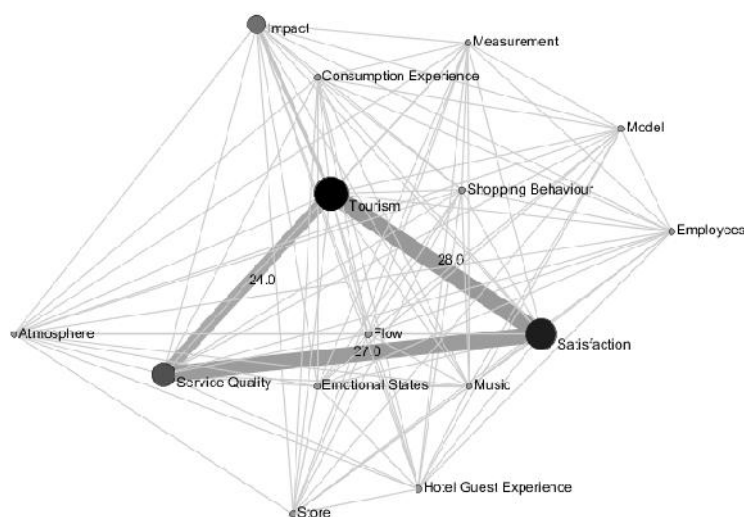
Palabras clave

Las palabras clave más citadas se presentan en la Figura 3, en la cual se observa la ocurrencia mayor de las mismas, usadas en la búsqueda inicial en las bases indizadas, lo que torna válido el proceso de selección. Hay un gran número de ocurrencias de palabras clave asociadas al sector de la hospitalidad en general, lo que sugiere que es el tipo de negocio de mayor interés en los estudios sobre turismo. Esto resulta una debilidad de la investigación en el área, ya que el sector de turismo reúne innumerables servicios diferentes en su cadena. Términos como percepción, lealtad, satisfacción, intención y experiencia son típicos de los estudios sobre la calidad en servicios (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988; Ladhari, 2009; Helkkula, 2011; Svavi, Svensson, Slåtten & Edvardsson, 2010) y con evidente relevancia en el portfolio bibliográfico. Esta figura también muestra la centralidad de las palabras clave “*tourism*”, “*service quality*” y “*satisfaction*”, lo que comprueba que los estudios sobre calidad en turismo tienen como soporte teórico la calidad de los servicios en general.

Se constató que la calidad en el sector de turismo no es tratada con especificidad sino insertada en el contexto general de la calidad en servicios haciendo foco en la satisfacción considerando la elevada ocurrencia de cocitaciones de la palabra clave “*satisfaction*” con “*tourism*” y “*service quality*”, demostrada por la línea más larga que las une. Los valores sobre las líneas indican el número de veces que las palabras clave fueron cocitadas. Moliner-Velázquez, Gil-Saura & Ruiz-Molina (2011) afirman que la calidad del servicio equivale a la calidad del desempeño y es medida por criterios controlables por el prestador del servicio, y la calidad de la experiencia es demostrada por la satisfacción afectiva y psicológica del consumidor. El sistema de la calidad en servicios turísticos debe considerar tanto la gestión de las operaciones como la gestión de la experiencia. La experiencia de servicios se diferencia de la operación propiamente dicha y tiene un valor crucial para el sector turístico. Es conceptuada por Vasconcelos et al. (2012: 30) como “*un proceso cognitivo, afectivo y de*

comportamiento, [...] influenciado por valores y necesidades de los clientes, por el contexto sociocultural y ambiental, por experiencias anteriores y por la naturaleza y duración de las operaciones del servicio", y demuestra que tiene una fuerte adherencia a la vivencia del turista durante la prestación del servicio.

Figura 3: Mapa de cocitaciones de palabras clave



Fuente: Elaboración propia

Revistas

La Tabla 2 muestra la clasificación de las revistas por área del conocimiento. Se confeccionó en base a información del sitio web de la Capes considerando que una revista puede estar clasificada en más de un área del conocimiento. Se observa también la elevada ocurrencia de revistas en las Ciencias Sociales Aplicadas (61,6%), lo que indica una oportunidad de mayor inserción del turismo en otras áreas del conocimiento.

Tabla 2: Clasificación de las revistas por área del conocimiento

Área del Conocimiento	Ocurrencias	%
Ciencias Sociales Aplicadas	42	58%
Ciencias Humanas	7	10%
Ingenierías	4	5%
Ciencias Exactas y de la Tierra	4	5%
Ciencias de la Salud	3	4%
no evidenciada área del conocimiento	13	18%
TOTAL	73	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 3 presenta las seis revistas más destacadas, el 42% de las revistas del portfolio. Por la Ley de Bradford (Araújo, 2007) las revistas más importantes son aquellas que componen un tercio del total que en este estudio equivalen a las cuatro primeras de la tabla. Entre las más citadas se

destacan las revistas *Service Industries Journal* y *Tourism Management* con un elevado factor de impacto JCR (*Journal Citation Report*).

Tabla 3: Revistas más destacadas en el portfolio bibliográfico

Revistas	JCR	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Σ
Int. J. of Contemp. Hosp. Manag.	0,93		2		3	3		1	1		1	2	13
J. of Travel Res.	1,58			1	1		1		4		1		8
Managing Serv. Quality	0,64		1		2	1		1		1	1		7
J. of Vacation Marketing	---	1			1		1	1	1		1		6
Benchmarking	---					2		1		1		1	5
Int. J. of Culture, Tour. and Hosp. Res.	---							1	4				5

Fuente: Elaboración propia

En esta sección también se presentan los resultados por año en cada una de las revistas de mayor destaque en la muestra. La evolución de los artículos en las revistas tuvo un comportamiento lineal en casi todos los casos, excepto el *Journal of Travel Research* y el *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, que en 2009 tuvieron un pico de producción. En el primero hay tres artículos en un mismo volumen y en el segundo los cuatro artículos son del volumen 3, lo que indica que se trata de ediciones especiales sobre el tema. No se observan tendencias de evolución por encima o por debajo del número de artículos en ninguna revista y no hay revistas especializadas en calidad de servicios turísticos.

Autores, filiaciones y países de origen

La Tabla 4 muestra los autores más destacados en el portfolio bibliográfico. La relación de productividad de los autores (principales y colaboradores) es de 224 autores para 105 artículos, o de 2,1 autores por artículo.

Tabla 4: Autores destacados en la muestra

Autor	Nº Artículos	Filiación	País
Law, Rob	3	<i>The Hong Kong Polytechnic University</i>	Hong Kong
Chang, Jui-Chi	3	<i>Providence University</i>	Taiwan
Lin, Wen-Bao	2	<i>National Formosa University</i>	Taiwan
Eraqi, M. I.	2	<i>Cairo University</i>	Egipto
Gil-Saura, Irene	3	<i>Universitat de València</i>	España
Hussain, Kashif	2	<i>Eastern Mediterranean University</i>	Chipre
Ruiz-Molina, Maria-Eugenia	2	<i>Universitat de València</i>	España
Nadiri, Halil	2	<i>Eastern Mediterranean University</i>	Chipre
Song, Haiyan	2	<i>The Hong Kong Polytechnic University</i>	Hong Kong

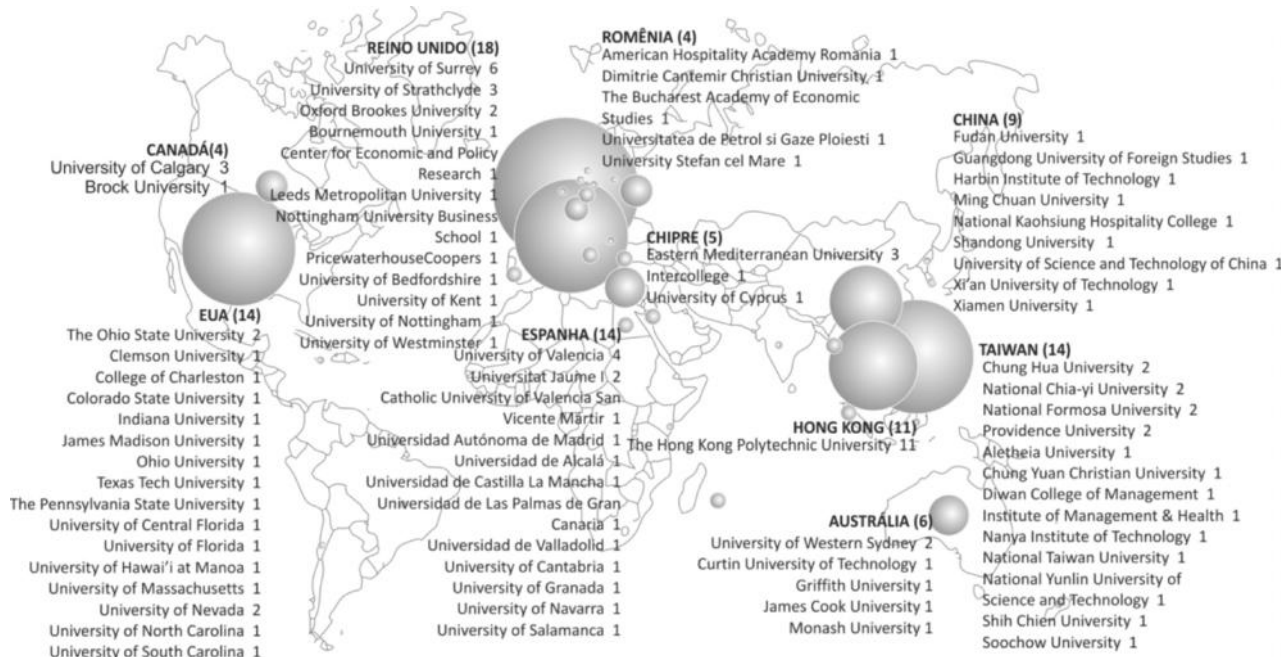
Fuente: Elaboración propia

Del conjunto total de autores el 95,6% contribuyó en la producción de un artículo lo que da una producción media de 0,47 artículo por autor. Estos datos son contrarios a la ley de elitismo de Price (Araújo, 2007), usada en estudios bibliométricos, que establece que la elite de un área de conocimiento debería ser igual a la raíz cuadrada del número total de autores, en este caso 15

autores y no 8 como en la muestra. La Ley de Price considera productiva a una elite en caso de que haya elaborado al menos la mitad del total de artículos analizados en un determinado período de tiempo, lo que no sucede en este portfolio cuyos autores más destacados produjeron 16 artículos (15,1% del total). Se concluye a partir de este análisis que no existe una elite científica que haya producido artículos sobre calidad en el sector turístico, lo que indica que es un campo de conocimiento con posibilidad de expandirse y una oportunidad para los investigadores.

En la Figura 4 se presenta el vínculo institucional de los autores de los artículos. China, Taiwan y Hong Kong, a pesar de pertenecer a la República Popular de China, fueron tratados en forma separada pues poseen diferencias culturales y políticas. Se observa la producción en 37 países de todos los continentes, aunque se concentra en el Hemisferio Norte. Se destacan 11 publicaciones de 10 autores con filiación en la *School of Hotel and Tourism Management (The Hong Kong Polytechnic University)*. Ocho de las mismas muestran la asociación con investigadores de otros países (Austria, Estados Unidos, China y Chipre). También se destacan las seis publicaciones de seis autores con filiación en la *University of Surrey* (Reino Unido), cinco de ellos de la *School of Management*.

Figura 4: Países e instituciones más destacadas



Fuente: Elaboración propia

Sainaghi (2010) afirmó que hay abordajes metodológicos diferentes en los proyectos de investigación en turismo en cada uno de los continentes del Hemisferio Norte en relación a los tipos de muestras, instrumentos, datos, recorte temporal y variables usadas. Los europeos hacen uso preferencial de cuestionarios pues tienen poco acceso a datos secundarios con muestras pequeñas, aunque sean el principal destino turístico mundial y el más tradicional. Los norteamericanos también tienen un mercado tradicional y por eso usan muestras grandes y series históricas, ya que tienen sistemas de medición normalizados y bancos de datos públicos, aunque con datos prioritariamente

financieros y de ocupación de hospedaje. El mercado asiático se diferencia por tener un enfoque más operativo y centrado en el turismo de negocios, con estudios empíricos de carácter utilitario, con investigaciones volcadas a aumentar la productividad y eficiencia del sector. Se valen de datos secundarios de empresas internacionales para comprender las formas de actuación y estimular y mejorar el turismo en fuerte expansión.

DEBATE

En esta sección se presenta una compilación de los principales resultados obtenidos. Se observó un punto de estudio mayor en el sector de hospitalidad y la fragilidad que esto ocasiona a la investigación sobre calidad en servicios turísticos, ya que el sector es amplio con una extensa y variada cadena de proveedores. Quedó claro que la calidad de la actividad turística es tratada genéricamente por medio de la literatura sobre calidad en servicios sin considerar las especificidades del sector. Las empresas han de pensar estratégicamente el negocio e incluir elementos de toda la cadena productiva. Frente a la controversia en los conceptos de turismo y turista se sugiere considerar a los individuos que hacen contacto con la organización directa o indirectamente como “clientes”, lo que les da una perspectiva más amplia, adecuada desde el punto de vista de la gestión organizacional y con un potencial estratégico elevado.

En este artículo se observó la ausencia de una elite científica que estudie la calidad en el sector turístico, lo que crea una oportunidad para los grupos de investigación. Además, la producción científica se concentra en revistas de Ciencias Sociales Aplicadas, lo que abre un espacio para la contribución de otras áreas de conocimiento. El sector turístico tiene potencial de crecimiento con una compleja cadena de suministros y con un número elevado de operaciones en las cuales otras áreas pueden contribuir a la calidad del sector con estudios teóricos y empíricos. Entre esas áreas se pueden citar Ingeniería, Geografía, Historia, Ciencias Biológicas, Antropología, Psicología, Artes, entre otras. Esto conferiría un carácter multidisciplinario que puede contribuir al desarrollo del sector, la mejora del desempeño y el crecimiento de la actividad turística, incorporando peritajes aún no trabajados o tratados de forma insipiente.

La gestión de la experiencia de servicios surge como un elemento importante para estudios sobre la calidad en turismo, visto que los clientes reciben y usan los servicios turísticos bajo un carácter experiencial. La participación del turista en el destino es experimentada singularmente, aunque las empresas pueden cuidar la calidad de los servicios y la ambientación adecuada para que la experiencia sea placentera y estimule al cliente a volver al destino y/o recomiende el servicio a otras personas. Se debe entender y usar el potencial de los aspectos subjetivos relacionados con el consumo de productos y servicios turísticos enfocados en el mercado. El destino turístico y los prestadores de servicios turísticos se deben orientar al agrado/encantamiento del turista, dejándolo satisfecho y con ganas de volver y recomendar los servicios (He & Song, 2009; Sainaghi, 2010).

Narayan, Rajendran & Sai (2008) dicen que la oferta de servicios de calidad como buena alimentación, hospitalidad, logística y seguridad es más importantes que los atractivos naturales.

Este estudio detectó que los trabajos sobre calidad en turismo publicados en revistas indizadas están concentrados en el Hemisferio Norte (América del Norte, Europa y Asia) y poseen diferentes abordajes cada uno de ellos. Se destacan los países asiáticos, más específicamente la producción de la *The Hong Kong Polytechnic University* con casi el 10% de los artículos del portfolio. En cuanto a los países del Hemisferio Sur parece que es el momento de que el medio académico aproveche a producir y difundir investigaciones sobre este tema en revistas internacionales. Los países de clima tropical, ubicados en el Hemisferio Sur, tienden a tratar el turismo bajo el paradigma de las 4S (*sun*, *sea*, *sand* y *sex*) propuesto por Brunner-Sperdin & Peters (2009) y esto requiere un direccionamiento de las políticas públicas de esos países para revertir esta situación y pensar el turismo como un sector con fuerte potencial de generación de empleo e ingreso.

CONCLUSIONES

El método, el rigor científico y el apoyo de *softwares* para la importación y el tratamiento de los metadatos fueron cruciales para alcanzar el objetivo propuesto por esta investigación y para la consistencia de los datos presentados, que culminó en un abanico de la producción científica de la última década sobre la calidad en servicios turísticos con los principales autores, revistas, palabras clave y países e instituciones más destacados.

Se identificaron algunas lagunas importantes que pueden convertirse en objeto de estudios más profundos o en tratativas de acciones de investigadores y profesionales del sector. Se recomienda el análisis de contenido de los artículos seleccionados para presentar una revisión de la literatura sobre calidad de servicios turísticos. Se propone, por lo tanto, un estudio teórico exploratorio por medio del análisis integral de los artículos para comprobar:

- a) cómo es tratado en los artículos el concepto de calidad en servicios turísticos para comprender las visiones bajo las que la literatura trata la temática, así como las corrientes de interpretación y los modelos conceptuales que dieron soporte a las investigaciones;
- b) qué métodos y procedimientos de investigación fueron empleados por los autores con la intención de comprender los mismos, así como los universos y muestras con los que se realizó el estudio;
- c) qué resultados relevantes se encontraron para evidenciar los principales resultados teórico-empíricos de las investigaciones y las contribuciones al estado del arte;
- d) qué necesidades y/u oportunidades de investigación se identificaron en los estudios para poner en evidencia las limitaciones de los estudios y las recomendaciones para investigaciones futuras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alban, M.** (2008) "Turismo no Brasil: a estratégia de expansão espacial e seus problemas". *Turismo-Visão e Ação* 8(2): 301-308
- Amaral, R. C. N.** (2011) "Uma análise do mercado de cruzeiros marítimos: evolução, expansão e previsão no Brasil e no Mundo". Doutorado em Ciências da Comunicação, USP, São Paulo-SP
- Araújo, C. A. A.** (2007) "Bibliometria: evolução histórica e questões atuais". *Em Questão* 12(1): 11-32
- Balachandran, S.** (2004) "Customer-driven services management". Response Books, New Delhi
- Bardin, L.** (2011) "Análise de Conteúdo". Edições 70, São Paulo
- Barretto, M.** (2005) "Manual de iniciação ao estudo do turismo". Papirus Editora, Campinas-SP
- Barrios, M.; Borrego, A.; Vilagines, A.; Olle, C. & Somoza, M.** (2008) "A bibliometric study of psychological research on tourism". *Scientometrics* 77(3): 453-467
- Brunner-Sperdin, A. & Peters, M.** (2009) "What influences guests' emotions? The case of high-quality hotels". *International Journal of Tourism Research* 11(2): 171-183
- Caldas, M. P. & Tinoco, T.** (2004) "Pesquisa em gestão de recursos humanos nos anos 1990: um estudo bibliométrico". *RAE-revista de administração de empresas* (3): 100-114
- Campbell, D.; Picard-Aitken, M.; Cote, G.; Caruso, J.; Valentim, R.; Edmonds, S. & Archambault, E.** (2010) "Bibliometrics as a performance measurement tool for research evaluation: The case of research funded by the National Cancer Institute of Canada". *American Journal of Evaluation* 31(1): 66-83
- Casadesus, M.; Marimon, F. & Alonso, M.** (2010) "The future of standardised quality management in tourism: evidence from the Spanish tourist sector". *Service Industries Journal* 30(14): 2457-2474
- Costa, R.** (2007) "A comunicação eletrônica e a alteração de tempo e espaço na produção do conhecimento científico". *Ciência da Informação* 36: 7-15
- Cristea, A. A.** (2009) "The reassessment of the service quality system within the romanian hotel industry - A premise for increasing the competition of the tourist offer". *Quality Management in Services* 26(1): 451-461
- Ekiz, E.** (2010) "Obstáculos al reclamo: el comportamiento particular de los turistas ante los reclamos". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(1): 18-44
- Eraqi, M. I.** (2006) "Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internal customers". *Benchmarking: An International Journal* 13(4): 469-492
- Fachin, G. R. B. & Hillesheim, A. I. A.** (2006) "Periódico científico: padronização e organização". Editora da UFSC, Florianópolis
- Font, X.** (2008) "Sostenibilidad y alivio de la pobreza en países en vías de desarrollo: el papel del hotelero y del investigador". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 17(1): 7-28
- García, M. L. & Picos, A. P.** (2009) "La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 18(3): 189-210
- Gilbert, D. & Gao, Y.** (2005) "A failure of UK travel agencies to strengthen zones of tolerance". *Tourism and Hospitality Research* 5(4): 306-321

- Gu, Y.** (2004) "Global knowledge management research: A bibliometric analysis". *Scientometrics* 61(2): 171-190
- Hall, C. M.** (2011) "Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism". *Tourism Management* 32(1): 16-27
- He, Y. & Song, H.** (2009) "A mediation model of tourists' repurchase intentions for packaged tour services". *Journal of Travel Research* 47(3): 317-331
- Helkkula, A.** (2011) "Characterising the concept of service experience". *Journal of Service Management* 22(3): 367-389
- Hwang, L.-J. J. & Lockwood, A.** (2006) "Understanding the challenges of implementing best practices in hospitality and tourism SMEs". *Benchmarking: An International Journal* 13(3): 337-354
- Ignarra, L. R.** (2003) "Fundamentos do turismo". Thomson Learning, São Paulo
- Junquera, B. & Mitre, M.** (2007) "Value of bibliometric analysis for research policy: A case study of Spanish research into innovation and technology management". *Scientometrics* 71(3): 443-454
- Kuo, C. T.; Hung, Y. H.; Hou, Y. H. & Chang, F.-H.** (2011) "Elucidating leisure constraints and experience, satisfaction and revisiting willingness among tourists to Dong-Shi Fisherman's Wharf in Taiwan". *African Journal of Business Management* 5(15): 6309-6317
- Ladhari, R.** (2009) "Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions A study in the hotel industry". *Managing Service Quality* 19(3): 308-331
- Lorenzi, F.; Bazzan, A. L. C.; Abel, M. & Ricci, F.** (2011) "Improving recommendations through an assumption-based multiagent approach: An application in the tourism domain". *Expert Systems with Applications* 38(12): 14703-14714
- Mak, B. L. M.** (2011) "ISO certification in the tour operator sector". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 23(1): 115-130
- Mak, A. H.; Wong, K. K. & Chang, R. C.** (2010) "Factors affecting the service quality of the tour guiding profession in Macau". *International Journal of Tourism Research* 12(3): 205-218
- Meng, F.; Tepanon, Y. & Uysal, M.** (2008) "Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort". *Journal of Vacation Marketing* 14(1): 41-56
- Moliner-Velázquez, B.; Gil-Saura, I. & Ruiz-Molina, M.-E.** (2011) "Conceptualizing and measuring loyalty: Towards a conceptual model of tourist loyalty antecedents". *Journal of Vacation Marketing* 17(1): 65-81
- Moon, K. S.; Kim, M.; Ko, Y. J.; Connaughton, D. P. & Lee, J. H.** (2011) "The influence of consumer's event quality perception on destination image". *Managing Service Quality* 21(3): 287-303
- Moretti, S. L. d. A. & Figueiredo, J. C.** (2007) "Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no EnANPAD: evidências de um discurso monológico". *Encontro Anual da ANPAD*, 31, Rio de Janeiro - RJ, pp. 40-65
- Narayan, B.; Rajendran, C. & Sai, L. P.** (2008) "Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry: A second-order factor approach". *Benchmarking: An International Journal* 15(4): 469-493
- Nicolau, J. L. & Sellers, R.** (2010) "The quality of quality awards: Diminishing information asymmetries in a hotel chain". *Journal of Business Research* 63(8): 832-839

- Oliveira Santos, G. E.** (2007) "Modelos teóricos aplicados al turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 16(1): 96-110
- Paladini, E. P.** (2009) "Gestão Estratégica da Qualidade: Princípios, Métodos e Processos". Editora Atlas, São Paulo
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.** (1988) "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing* 64(1): 12-40
- Pfueller, S. L.; Lee, D. & Laing, J.** (2011) "Tourism partnerships in protected areas: Exploring contributions to sustainability". *Environmental Management* 48(4): 734-749
- Podsakoff, P. M.; MacKenzie, S. B.; Podsakoff, N. P. & Bachrach, D. G.** (2008) "Scholarly influence in the field of management: A bibliometric analysis of the determinants of university and author impact in the management literature in the past quarter century". *Journal of Management* 34(4): 641-720
- Richardson, R. J.** (2008) "Pesquisa social: métodos e técnicas". Atlas, São Paulo
- Sainaghi, R.** (2010) "A meta-analysis of hotel performance. Continental or worldwide style?" *Tourism Review* 65(3): 46-69
- Scheyvens, R.** (2011) "The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimensions of sustainability". *Asia Pacific Viewpoint* 52(2): 148-164
- Silva, S. T. & Teixeira, A. A. C.** (2009) "On the divergence of evolutionary research paths in the past 50 years: a comprehensive bibliometric account". *Journal of Evolutionary Economics* 19(5): 605-642
- Svari, S.; Svensson, G.; Slåtten, T. & Edvardsson, B.** (2010) "A DIP-construct of perceived justice in negative service encounters and complaint handling in the Norwegian tourism industry". *Managing Service Quality* 20(1): 26-45
- Theobald, W. F.** (2005) "The meaning, scope, and measurement of travel and tourism". In: Theobald, W. (Ed.) *Global Tourism*. Elsevier, Amsterdam pp. 5-24
- Van Raan, A. F.** (2005) "For your citations only? Hot topics in bibliometric analysis". *Measurement: interdisciplinary research and perspectives* 3(1): 50-62
- Vanti, N. A. P.** (2002) "Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento". *Ciência da Informação* 31: 369-379
- Vasconcelos, A. M.; Barichello, R.; Lezana, Á. G. R.; Forcellini, F. A.; Ferreira, M. G. G. & Cauchick Miguel, P. A.** (2012) "Conceituação da experiência de serviços por meio de uma revisão bibliográfica sistemática". *Produto & Produção* 13(3): 25-36
- Zhao, D. & Strotmann, A.** (2008a) "Evolution of research activities and intellectual influences in information science 1996–2005: Introducing author bibliographic coupling analysis". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59(13): 2070-2086
- Zhao, D. & Strotmann, A.** (2008b) "Information science during the first decade of the web: An enriched author cocitation analysis". *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59(6): 916-937

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

- Albacete-Sáez, C. A.; Fuentes-Fuentes, M. M. & Lloréns-Montes, F. J.** (2007) "Service quality measurement in rural accommodation". *Annals of Tourism Research* 34(1): 45-65
- Al-Rousan, M. R. & Mohamed, B.** (2010) "Customer loyalty and the impacts of service quality: The case of five star hotels in Jordan". *World Academy of Science, Engineering and Technology* 67: 216-222
- Alvarez, M. J.; Jaca, C.; Viles, E. & Colomer, A.** (2012) "Quality management in hotels in the Basque Country". *International Journal of Quality and Service Sciences* 4(1): 51-60
- Assaf, A. G. & Cvelbar, L. K.** (2010) "The performance of the Slovenian hotel industry: Evaluation post-privatisation". *International Journal of Tourism Research* 12(5): 462-471
- Benítez, J. M.; Martín, J. C. & Román, C.** (2007) "Using fuzzy number for measuring quality of service in the hotel industry". *Tourism Management* 28(2): 544-555
- Bigné, J. E.; Andreu, L.; Küster, I. & Blesa, A.** (2005) "Quality market orientation: tourist agencies' perceived effects". *Annals of Tourism Research* 32(4): 1022-1038
- Bowen, D. & Clarke, J.** (2002) "Reflections on tourist satisfaction research: Past, present and future". *Journal of Vacation Marketing* 8(4): 297-308
- Bowie, D. & Chang, J. C.** (2005) "Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour". *Journal of Vacation Marketing* 11(4): 303-322
- Brida, J. G.; Garrido, N. & Devesa, M. J. S.** (2012) "Cruise passengers' satisfaction: Cartagena de Indias". *Benchmarking: An International Journal* 19(1): 52-69
- Brunner-Sperdin, A. & Peters, M.** (2009) "What influences guests' emotions? The case of high-quality hotels". *International Journal of Tourism Research* 11(2): 171-183
- Campo, S. & Yagüe, M. J.** (2009) "Exploring non-linear effects of determinants on tourists' satisfaction". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(2): 127-138
- Cândido, C. J. F.** (2005) "Service quality strategy implementation: A model and the case of the Algarve hotel industry". *Total Quality Management and Business Excellence* 16(1): 3-14
- Chang, J. C.** (2008) "Tourists' satisfaction judgments: an investigation of emotion, equity, and attribution". *Journal of Hospitality & Tourism Research* 32(1): 108-134
- Chang, J. C.** (2009) "Taiwanese tourists' perceptions of service quality on outbound guided package tours: A qualitative examination of the SERVQUAL dimensions". *Journal of Vacation Marketing* 15(2): 165-178
- Chapman, J. A. & Lovell, G.** (2006) "The competency model of hospitality service: why it doesn't deliver". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 18(1): 78-88
- Chiu, C. K.** (2009) "Understanding relationship quality and online purchase intention in e-tourism: A qualitative application". *Quality & Quantity* 43(4): 669-675
- Chiu, Y. H. & Wu, M. F.** (2010) "Performance evaluation of international tourism hotels in Taiwan - Application of context-dependent DEA". *Infor* 48(3): 155-170
- Chung, T. & Law, R.** (2003) "Developing a performance indicator for hotel websites". *International Journal of Hospitality Management* 22(1): 119-125

- Clerides, S.; Nearchou, P. & Pashardes, P.** (2008) "Intermediaries as quality assessors: Tour operators in the travel industry". *International Journal of Industrial Organization* 26(1): 372-392
- Coviello, N.; Winklhofer, H. & Hamilton, K.** (2006) "Marketing Practices and Performance of Small Service Firms". *Journal of Service Research* 9(1): 38-58
- Cristea, A. A.** (2009) "The reassessment of the service quality system within the romanian hotel industry - A premise for increasing the competition of the tourist offer". *Quality Management in Services* 26(1): 451-461
- Crotts, J. C.; Ford, R. C.; Heung, V. C. S. & Ngai, E. W. T.** (2009) "Organizational alignment and hospitality firm performance". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(1): 3-12
- Deng, W.** (2007) "Using a revised importance-performance analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism". *Tourism Management* 28(5): 1274-1284
- Eraqi, M. I.** (2006) "Tourism services quality (TourServQual) in Egypt: The viewpoints of external and internal customers". *Benchmarking: An International Journal* 13(4): 469-492
- Eraqi, M. I.** (2009) "Integrated quality management and sustainability for enhancing the competitiveness of tourism in Egypt". *International Journal of Services and Operations Management* 5(1): 14-28
- Faullant, R.; Matzler, K. & Füller, J.** (2008) "The impact of satisfaction and image on loyalty: the case of Alpine ski resorts". *Managing Service Quality* 18(2): 163-178
- Fleischer, A. & Rivlin, J.** (2009) "More or Better?: Quantity and Quality Issues in Tourism Consumption". *Journal of Travel Research* 47(3): 285-294
- Fletcher, S. M.; Maharaj, S. R. & James, K.** (2009) "Description of the food safety system in hotels and how it compares with HACCP standards". *Journal of Travel Medicine* 16(1): 35-41
- Gallarza, M. G. & Gil-Saura, I.** (2008) "The concept of value and its dimensions: a tool for analysing tourism experiences". *Tourism Review* 63(3): 4-20
- García, M. L. & Picos, A. P.** (2009) "La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: Aplicación a los servicios hoteleros". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 18(3): 189-210
- Gilbert, D. & Gao, Y.** (2005) "A failure of UK travel agencies to strengthen zones of tolerance". *Tourism and Hospitality Research* 5(4): 306-321
- Golembski, G.** (2007) "The impact of modern management methods on hotel operational performance". *Tourism Review* 62(2): 31-36
- Gu, Z.** (2003) "The Chinese lodging industry: problems and solutions". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15(7): 386-392
- Haber, S. & Reichel, A.** (2005) "Identifying performance measures of small ventures - The case of the tourism industry". *Journal of Small Business Management* 43(3): 257-286
- Hai-yan, K. & Baum, T.** (2006) "Skills and work in the hospitality sector: The case of hotel front office employees in China". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 18(6): 509-518
- He, Y. & Song, H.** (2009) "A mediation model of tourists' repurchase intentions for packaged tour services". *Journal of Travel Research* 47(3): 317-331

- Hernández-Maestro, R. M.; Muñoz-Gallego, P. A. & Santos-Requejo, L.** (2009) "Small-business owners' knowledge and rural tourism establishment performance in Spain". *Journal of Travel Research* 48(1): 58-77
- Högström, C.; Rosner, M. & Gustafsson, A.** (2010) "How to create attractive and unique customer experiences: An application of Kano's theory of attractive quality to recreational tourism". *Marketing Intelligence & Planning* 28(4): 385-402
- Holjevac, I. A.** (2008) "Business ethics in tourism - As a dimension of TQM". *Total Quality Management and Business Excellence* 19(10): 1029-1041
- Hsieh, L. F. & Lin, L. H.** (2010) "A performance evaluation model for international tourist hotels in Taiwan-An application of the relational network DEA". *International Journal of Hospitality Management* 29(1): 14-24
- Huan, T. C.; Beaman, J. & Shelby, L. B.** (2002) "Using action-grids in tourism management". *Tourism Management* 23(3): 255-264
- Huang, L.** (2008) "Strategic orientation and performance measurement model in Taiwan's travel agencies". *Service Industries Journal* 28(10): 1357-1383
- Hudson, S.; Hudson, P. & Miller, G. A.** (2004) "The Measurement of service quality in the tour operating sector: a methodological comparison". *Journal of Travel Research* 42(3): 305-312
- Hwang, L.-J. J. & Lockwood, A.** (2006) "Understanding the challenges of implementing best practices in hospitality and tourism SMEs". *Benchmarking: An International Journal* 13(3): 337-354
- Juwaheer, T. D. & Ross, D. L.** (2003) "A study of hotel guest perceptions in Mauritius". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15(2): 105-115
- Kilic, H. & Okumus, F.** (2005) "Factors influencing productivity in small island hotels: Evidence from Northern Cyprus". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 17(4): 315-331
- Kim, J.-H.; Ritchie, J. R. B. & McCormick, B.** (2012) "Development of a scale to measure memorable tourism experiences". *Journal of Travel Research* 51(1): 12-25
- Krambia-Kapardis, M. & Thomas, A.** (2006) "Hospitality industry in Cyprus: the significance of intangibles". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 18(1): 6-24
- Kvist, A.-K. J. & Klefsjö, B.** (2006) "Which service quality dimensions are important in inbound tourism?: A case study in a peripheral location". *Managing Service Quality* 16(5): 520-537
- Law, R., & Bai, B.** (2008) "How do the preferences of online buyers and browsers differ on the design and content of travel websites?". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 20(4): 388-400
- Lin, C.-T.; Lee, C. & Chen, W. Y.** (2009) "Using fuzzy analytic hierarchy process to evaluate service performance of a travel intermediary". *Service Industries Journal* 29(3): 281-296
- Lin, L.-Z.; Chen, W.-C. & Chang, T.-J.** (2011) "Using FQFD to analyze island accommodation management in fuzzy linguistic preferences". *Expert Systems with Applications* 38(6): 7738-7745
- Lin, W.-B.** (2007a) "An empirical of service quality model from the viewpoint of management". *Expert Systems with Applications* 32(2): 364-375
- Lin, W.-B.** (2007b) "The exploration of customer satisfaction model from a comprehensive perspective". *Expert Systems with Applications* 33(1): 110-121

- Mak, B. L. M.** (2011) "ISO certification in the tour operator sector". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 23(1): 115-130
- Meng, F.; Tepanon, Y. & Uysal, M.** (2008) "Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort". *Journal of Vacation Marketing* 14(1): 41-56
- Michopoulou, E. & Buhalis, D.** (2008) "Performance measures of net-enabled hypercompetitive industries: The case of tourism". *International Journal of Information Management* 28(3): 168-180
- Millán, Á. & Esteban, A.** (2004) "Development of a multiple-item scale for measuring customer satisfaction in travel agencies services". *Tourism Management* 25(5): 533-546
- Moliner, M. A.; Sanchez, J.; Rodriguez, R. M. & Callarisa, L.** (2007) "Relationship quality with a travel agency: the influence of the postpurchase perceived value of a tourism package". *Tourism and Hospitality Research* 7(3-4): 194-211
- Moliner-Velázquez, B.; Gil-Saura, I. & Ruiz-Molina, M.-E.** (2011) "Conceptualizing and measuring loyalty: Towards a conceptual model of tourist loyalty antecedents". *Journal of Vacation Marketing* 17(1): 65-81
- Moon, K. S.; Kim, M.; Ko, Y. J.; Connaughton, D. P. & Lee, J. H.** (2011) "The influence of consumer's event quality perception on destination image". *Managing Service Quality* 21(3): 287-303
- Morrison, A. & Teixeira, R.** (2004) "Small business performance: a tourism sector focus". *Journal of Small Business and Enterprise Development* 11(2): 166-173
- Musgrave, J.** (2011) "Moving towards responsible events management". *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 3(3): 258-274
- Nadiri, H. & Hussain, K.** (2005a) "Diagnosing the zone of tolerance for hotel services". *Managing Service Quality* 15(3): 259-277
- Nadiri, H. & Hussain, K.** (2005b) "Perceptions of service quality in North Cyprus hotels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 17(6): 469-480
- Narayan, B.; Rajendran, C. & Sai, L. P.** (2008) "Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry: A second-order factor approach". *Benchmarking: An International Journal* 15(4): 469-493
- Nusair, K. & Kandampully, J.** (2008) "The antecedents of customer satisfaction with online travel services: A conceptual model". *European Business Review* 20(1): 4-19
- Pao, H. W.; Wu, H. L. & Pan, W. H.** (2010) "How does a new institution spread? Travel agencies' adoption of the service quality assurance programme". *Service Industries Journal* 30(7): 1047-1061
- Pawitra, T. A. & Tan, K. C.** (2003) "Tourist satisfaction in Singapore – a perspective from Indonesian tourists". *Managing Service Quality* 13(5): 399-411
- Phillips, P. & Louvieris, P.** (2005) "Performance measurement systems in tourism, hospitality, and leisure small medium-sized enterprises: A balanced scorecard perspective". *Journal of Travel Research* 44(2): 201-211
- Poon, W.-C. & Low, K. L.-T.** (2005) "Are travellers satisfied with Malaysian hotels?" *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 17(3): 217-227
- Presbury, R.; Fitzgerald, A. & Chapman, R.** (2005) "Impediments to improvements in service quality in luxury hotels". *Managing Service Quality* 15(4): 357-373

- Pyo, S.** (2010) "Measuring tourism chain performance". *Service Industries Journal* 30(10): 1669-1682
- Quintal, V. A., & Polczynski, A.** (2010) "Factors influencing tourists' revisit intentions". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 22(4): 554-578
- Ramanathan, R.** (2012) "An exploratory study of marketing, physical and people related performance criteria in hotels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 24(1): 44-61
- Ramsaran-Fowdar, R. R.** (2007) "Developing a service quality questionnaire for the hotel industry in Mauritius". *Journal of Vacation Marketing* 13(1): 19-27
- Riley, M.** (2007) "Role interpretation during service encounters: A critical review of modern approaches to service quality management". *International Journal of Hospitality Management* 26(2): 409-420
- Rodríguez del Bosque, I.; San Martín, H.; Collado, J. & de los Salmones, M. M. G.** (2009) "A framework for tourist expectations". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(2): 139-147
- Saffu, K.; Apori, S. O.; Elijah-Mensah, A. & Ahumatah, J.** (2008) "The contribution of human capital and resource-based view to small- and medium-sized tourism venture performance in Ghana". *International Journal of Emerging Markets* 3(3): 268-284
- Sainaghi, R.** (2010) "A meta-analysis of hotel performance. Continental or worldwide style?" *Tourism Review* 65(3): 46-69
- Salazar, A.; Costa, J. & Rita, P.** (2010) "A service quality evaluation scale for the hospitality sector: Dimensions, attributes and behavioural intentions". *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* 2(4): 383-397
- Shonk, D. J. & Chelladurai, P.** (2008) "Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism". *Journal of Sport Management* 22(5): 587-602
- Sirirak, S.; Islam, N. & Khang, D. B.** (2011) "Does ICT adoption enhance hotel performance?" *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 2(1): 34-49
- Sozuer, A.** (2011) "Self assessment as a gate to performance improvement: A study on hospitality management in Turkey". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 24(0): 1090-1097
- Stanciu, P. & Hapenciuc, V.** (2009) "Reliability and flexibility in the quality management of tourism products". *Amfiteatru Economic* 11(26): 482-494
- Svari, S.; Svensson, G.; Slåtten, T. & Edvardsson, B.** (2010) "A DIP-construct of perceived justice in negative service encounters and complaint handling in the Norwegian tourism industry". *Managing Service Quality* 20(1): 26-45
- Teodorescu, N.; Stancioiu, A. F. & Mitu, A.** (2009) "Considerations regarding quality management in services as a marketing instrument for increasing customers' satisfaction in tourism products". *Amfiteatru Economic* 11(26): 412-418
- Tiedemann, N.; van Birgele, M. & Semeijn, J.** (2009) "Increasing hotel responsiveness to customers through information sharing". *Tourism Review* 64(4): 12-26
- Tsang, N. K.-F. & Ap, J.** (2007) "Tourists' perceptions of relational quality service attributes: A cross-cultural study". *Journal of Travel Research* 45(3): 355-363

- Tsaur, S.-H. & Wang, C.-H.** (2009) "Tip-collection strategies, service guarantees, and consumer evaluations of group package tours". *Journal of Travel Research* 47(4): 523-534
- Wadongo, B.; Odhuno, E.; Kambona, O. & Othuon, L.** (2010) "Key performance indicators in the Kenyan hospitality industry: A managerial perspective". *Benchmarking: An International Journal* 17(6): 858-875
- Walters, G.; Sparks, B. & Herington, C.** (2010) "The impact of consumption vision and emotion on the tourism consumer's decision behavior". *Journal of Hospitality & Tourism Research* 36(3): 366-389
- Wang, F. J.; Hung, C. J. & Li, P. Y. P.** (2011) "A study on the critical success factors of ISO 22000 implementation in the hotel industry". *Pakistan Journal of Statistics* 27(5): 635-643
- Wang, Y.; Vela, M. R. & Tyler, K.** (2008) "Cultural perspectives: Chinese perceptions of UK hotel service quality". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 2(4): 312-329
- Wei, M.** (2012) "Analysis of information systems applied to evaluating tourism service quality based on organizational impact". *Journal of Software* 7(3): 599-607
- Wen, I.** (2009) "Factors affecting the online travel buying decision: a review". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 21(6): 752-765
- Wooten, M. H. & Norman, W. C.** (2009) "Using the ratings grid in tourism/event management". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(4): 347-360
- Wu, J. & Song, H.** (2011) "Operational performance and benchmarking: A case study of international tourist hotels in Taipei". *African Journal of Business Management* 5(22): 9455-9465
- Xiao, Q.; O'Neill, J. W. & Mattila, A. S.** (2012) "The role of hotel owners: the influence of corporate strategies on hotel performance". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 24(1): 122-139
- Xie, X.** (2011) "Service quality measurement from customer perception based on services science, management and engineering". *Systems Engineering Procedia* 1(0): 337-343
- Yang, C. C.; Jou, Y. T. & Cheng, L. Y.** (2011) "Using integrated quality assessment for hotel service quality". *Quality & Quantity* 45(2): 349-364
- Ye, Q.; Li, H.; Wang, Z. & Law, R.** (2012) "The influence of hotel price on perceived service quality and value in e-tourism: an empirical investigation based on online traveler reviews". *Journal of Hospitality & Tourism Research* XX(X): 1-17
- Yilmaz, Y. & Bititci, U.** (2006) "Performance measurement in the value chain: Manufacturing v. tourism". *International Journal of Productivity and Performance Management* 55(5): 371-389
- Yuan, Y.-H. E. & Wu, C. K.** (2008) "Relationships among experiential marketing, experiential value, and customer satisfaction". *Journal of Hospitality & Tourism Research* 32(3): 387-410
- Zouni, G. & Kouremenos, A.** (2008) "Do tourism providers know their visitors? An investigation of tourism experience at a destination". *Tourism and Hospitality Research* 8(4): 282-297

Recibido el 12 de marzo de 2013

Reenviado el 25 de noviembre de 2013

Aceptado el 02 de diciembre de 2013

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués