
ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA INVESTIGACIÓN EN CALIDAD DE SERVICIO

JENNIFER KAREN RIVERA-ARROYO, LUIS ARAYA-CASTILLO,
FRANCISCO GANGA-CONTRERAS, JUAN PABLO TORRES Y
FRANCISCO SÁNCHEZ MORALES

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es presentar las principales tendencias publicadas sobre el tema de calidad de servicio (CS) en la literatura de administración, economía, educación, marketing, psicología y sociología. El trabajo recopila información cuantitativa de los temas estudiados haciendo análisis de conglomerados entre artículos de acuerdo con las referencias comunes citadas por ellos entre los años 1978 y 2018. Se identificaron 11.255 artículos publicados sobre CS en la base de datos Web of Science (WoS), resultado de una búsqueda sistemática basada en una serie de palabras claves comunes. El mapa bibliométrico representa siete clústeres que hacen referencia a diferentes dimensiones de la literatura de CS. Además, los resultados muestran que el artículo con

más citas fue escrito por Parasuraman et al. en el año 1988, y el que tiene más conexiones bibliográficas (bibliographic coupling) fue escrito por Cronin et al. en el año 2000. La revista con más artículos publicados sobre CS es Total Quality Management & Business, y la revista que recopila la mayor cantidad de citas es el Journal of Marketing. En cuanto a los centros de investigación que más han publicado sobre CS destacan Hong Kong Polytech University y Texas A&M University. Finalmente, Estados Unidos domina la producción científica en términos de número de publicaciones y citas. Esta revisión sirve como guía, ofreciendo información sobre el contenido más citado, temas de interés, fuentes y autores para aquellas investigaciones sobre calidad de servicio.

La calidad de servicio (CS) es un tema que ha sido ampliamente estudiado por los investigadores en las ciencias de la administración, economía, educación,

sociología y marketing (Cronin y Taylor, 1992; Ho y Lin, 2010; Chang y Sokol, 2020; Omar et al., 2021). La calidad es una construcción elusiva e indistinta un constructo elusivo e indistinto que a menudo se confunde con

adjetivos imprecisos como 'bondad', 'lujo', 'brillo' o 'peso', debido a que no es fácil medir directamente cómo los consumidores perciben estos atributos en la práctica (Parasuraman et al., 1988).

PALABRAS CLAVE / Bibliometría / Calidad de Servicio / H-Index / Web of Science /

Recibido: 30/09/2020. Modificado: 16/08/ 2021. Aceptado: 02/11/2021.

Jennifer Karen Rivera-Arroyo. Bachiller en Ciencias Empresariales, Licenciado en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial y Magister en Administración de Empresas, Universidad de Talca, Chile. Profesora, Universidad Autónoma de Chile, Talca, Chile. e-mail: jriveraa@uautonoma.cl

Luis Araya-Castillo. Bachiller con mención en Humanidades y Ciencias Sociales, Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas, Ingeniero Comercial y Magister en Marketing, Universidad de Chile. Licenciado en Gestión de Calidad Total, Universidad Católica del Norte, Chile. Máster en Dirección Estratégica, Universidad de León, España. Máster en Consultoría Estratégica, Universidad de Valencia, España. Máster en Dirección Estratégica de Empresas y Máster en Contabilidad y Finanzas Corporativas, Universidad Europea Miguel de Cervantes, España. Máster en Estudios Estratégicos y Seguridad Internacional, Universidad de Granada, España. Máster Universitario en Investigación en Ciencias de la Gestión y Doctor en Ciencias de la Gestión, Universidad Ramon Llull, España. Master of Research in Management Sciences y Ph.D. in Management Sciences, ESADE Business School, España. Doctor en Empresa, Universidad de Barcelona, España. Profesor, Universidad Andrés Bello, Chile. e-mail: luis.araya@unab.cl

Francisco Ganga-Contreras (Autor de correspondencia). Doctor en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, Universidad de Sevilla, España. Profesor, Universidad de Tarapacá, Chile. Dirección: Departamento de Educación, Facultad de Educación y Humanidades. José Victorino Lastarria 26, Santiago, Chile. e-mail: franciscoganga@academicos.uta.cl

Juan Pablo Torres. Ph.D. en Gerencia, University of Warwick, Reino Unido. Profesor, Universidad de Chile. e-mail: jtorresc@fen.uchile.cl

Francisco Sánchez Morales. Ingeniero Comercial y Licenciado en Ciencias en la Administración de Empresas, Universidad de Chile. Máster Universitario en Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión, y Doctor en Contabilidad y Finanzas Corporativas, Universidad de Valencia, España. Profesor, Universidad de Chile. e-mail: fsanchez@fen.uchile.cl

A pesar de que existe una extensa literatura que habla de las características y definiciones conceptuales sobre calidad de servicio, no existe consenso absoluto sobre cómo medirla frente a la emergencia de nuevos productos, servicios y tecnologías, especialmente en las industrias intensivas en uso de conocimiento tecnológico (Dabholkar *et al.*, 2000; Zeithaml *et al.*, 2002; Jain y Gupta, 2004; Parasuraman *et al.*, 2005; Ladhari, 2010; Ganga-Contreras *et al.*, 2015). Donde sí parece haber acuerdo es en señalar que la CS es un constructo evasivo (Carman, 1990) y multidimensional (Dabholkar, 1996).

La valoración de la CS es una actividad compleja, no solo debido a las características propias de los servicios en general (Parasuraman *et al.*, 1985) y de servicios donde el cliente tiene un carácter mercantilmente anómalo, como en la educación (Rivera y Guerra, 2019; Espino *et al.*, 2020; Romero *et al.*, 2020) o con énfasis especial en la importancia de la satisfacción (Gómez-Calderón *et al.*, 2019) y en los aspectos organizativos (Molina y Romero, 2018), sino además porque actualmente no existe un acuerdo con relación a la naturaleza o el contenido de las dimensiones a evaluar y porque el grado de importancia de estas dimensiones puede variar dependiendo de las características de la industria que se esté estudiando (Brady y Cronin, 2001; Ramírez *et al.*, 2017; Gil de Zúñiga *et al.*, 2019; Barrientos-Báez *et al.*, 2020).

Para contribuir al debate sobre las dimensiones relevantes en CS, este artículo desarrolla un análisis sistematizado de la literatura en el período 1978-2018 que analiza los principales conceptos, tendencias de publicación, instituciones que más han potenciado el desarrollo de esta temática y los países más productivos en dicha área. El resultado indica que existe una literatura importante en definiciones y contenido sobre CS, pero que se mantiene concentrada en algunos países e instituciones, principalmente de Estados Unidos, Europa y Asia.

La oportunidad de este trabajo es que no solo se describe la producción científica en el campo de investigación de la CS, sino que también se pretende que sea una fuente de consulta para los investigadores al identificar ulteriores líneas de investigación en la disciplina y, con esto, que los futuros estudios enfoquen los esfuerzos de investigación en temáticas que contribuyan y potencien el desarrollo de la literatura.

Fundamentos Teóricos

La CS ha sido conceptualizada principalmente como la diferencia existente entre las expectativas y percepciones de los consumidores (Parasuraman *et al.*, 1985, 1988; Cervantes *et al.*, 2018), o solo en razón de sus percepciones (Cronin y Taylor, 1992).

Asimismo, se sostiene que no existe avenencia sobre la escala que debería ser empleada para medir la CS (Seth *et al.*, 2005; Núñez *et al.*, 2021); no obstante, las más utilizadas son las escalas SERVQUAL y SERVPERF propuestas por Parasuraman *et al.* (1985, 1988) y Cronin y Taylor (1992), respectivamente (véanse Sultan y Wong, 2010; Torres y Araya-Castillo, 2010; Yildiz y Kara, 2012).

En la escala SERVQUAL (Parasuraman *et al.*, 1985, 1988) la CS se evalúa como la diferencia entre las expectativas y la percepción del servicio recibido. Está compuesta por cinco dimensiones: confiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Permite aproximarse a la medición de la calidad mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de los clientes (Gadea-Cavazos *et al.*, 2018), debido a que se basa en la valoración de las expectativas que tiene el cliente sobre el servicio que va a recibir y la evaluación de las percepciones del servicio que ha sido recibido (Torres y Araya-Castillo, 2010). Posteriormente, se determinan las discrepancias resultantes de cada una de las dimensiones; es decir, lo que debe mejorar la empresa con respecto al servicio ofrecido.

Algunos autores consideran que la escala SERVQUAL es la que ha tenido mayor influencia y aplicación en la literatura sobre CS (Jain y Gupta, 2004; Torres y Araya-Castillo, 2010; Gadea-Cavazos *et al.*, 2018). Sin embargo, otros investigadores se enfocaron en investigar las propiedades de esta escala y con esto realizar observaciones a su estructura y conceptualización (Cronin y Taylor, 1992; Teas, 1993; Rosen y Karwan, 1994). Se postula que la escala SERVQUAL se focaliza principalmente en el proceso de entrega del servicio (Grönroos, 1990) y en la dimensión funcional (Kang y James, 2004), que carece de soporte teórico (Carman, 1990) y que debido a la inconsistencia de sus dimensiones resulta inapropiada en determinados sectores, necesitando un alto grado de adaptación (Brown *et al.*, 1993; Fernández *et al.*, 2000).

Considerando algunas de las limitaciones de la escala SERVQUAL, Cronin y Taylor (1992) propusieron la escala SERVPERF. De acuerdo con esta escala, en la medición de la CS solo deben incluirse las percepciones, argumentando que la CS es una forma de actitud del consumidor (Teas, 1993).

En los últimos años se observan trabajos que comparan la capacidad predictiva de las escalas que consideran la diferencia entre las expectativas y percepciones, con aquellas que solo consideran las percepciones (Jain y Gupta, 2004; Brochado, 2009; Rodríguez *et al.*, 2011). La escala SERVPERF ha recibido respaldo en la literatura debido a la reducción que hace del número de ítems y porque algunos autores han concluido que posee un mayor poder explicativo (Babakus y Boller, 1992; Gottlieb *et al.*, 1994; Avkiran, 1999). Además, los resultados que se obtienen con la escala SERVQUAL pueden variar según el servicio analizado (Kang y James, 2004), lo que ha llevado a la propuesta de escalas específicas (Brogowicz *et al.*, 1990; Dabholkar, 1996; Brady y Cronin, 2001).

Metodología

La presente investigación es de tipo concluyente descriptiva (Malhotra, 2004) por cuanto se enfoca en estudiar el desarrollo de la literatura de calidad de servicio (CS) en el período comprendido entre los años 1978 y 2018. Se realizó una revisión de la investigación en CS empleando las técnicas de la bibliometría. Estas técnicas han sido un aporte a la comunidad científica y han servido como información de consulta para los investigadores (Morales *et al.*, 2017; Torres, 2019; Rovelli *et al.*, 2021).

Aun cuando existen críticas a la bibliometría por las inexactitudes y por considerar solo la posibilidad de medición cuantitativa, esta presta una gran utilidad a las revisiones sistemáticas de la literatura y a la elaboración de los estados del arte (Toro-Jaramillo, 2017), debido a que los recursos bibliométricos permiten evaluar y analizar la producción académica en las diferentes áreas de la ciencia y el conocimiento (Martínez *et al.*, 2015; Montero-Díaz *et al.*, 2018).

La bibliometría es un campo de investigación emergente y de frontera de la bibliotecología y ciencia de la información, que ha tenido un gran desarrollo en las últimas décadas (Miguel y Dimitri, 2013; Velt *et al.*, 2020; Vicencio-Ríos *et al.*, 2020). La misma se define como la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a los libros y otros

medios de comunicación escrita (Pritchard, 1969), la que es utilizada típicamente para resumir, clasificar y proporcionar resultados representativos de un conjunto de documentos bibliográficos (Rovelli *et al.*, 2021). Tiene un valor demostrado como herramienta de gestión de la reputación organizacional (Sanz-Marcos, 2020; Sánchez y Yáñez, 2021), está profundamente vinculada a las publicaciones científicas seriadas (Amaro-Ares *et al.*, 2018; González-Valiente, 2019; Guallar *et al.*, 2020) y, como tantos otros, este aspecto se ha visto modificado sustancialmente por la consumada aplicación de los entornos 2.0 y de sus riesgos asociados (Bustos *et al.*, 2019; Catalina *et al.*, 2019; Hernández *et al.*, 2020).

La realización de estudios bibliométricos para caracterizar la investigación sobre un tema exige una selección cuidadosa de los registros de base de datos que representan los trabajos, cuya validez dependerá de la adecuada selección, pues debe cubrir suficientemente el área objeto del estudio (Granda-Orive, 2003; Hasper Tabares *et al.*, 2017), a la vista del creciente impacto de la desinformación en la literatura académica de ciencias sociales y de la importancia igualmente aumentada de la disciplina para la sociedad (Fouce *et al.*, 2018; Blanco Alfonso *et al.*, 2019).

Se utilizó como base de datos la Web of Science (WoS), la cual facilita la búsqueda con gran accesibilidad y conocimiento del grupo de autores, artículos y revistas en torno a los cuales se organiza el desarrollo del tema de interés (Granda-Orive *et al.*, 2013; Cancino *et al.*, 2018). En mayo del 2019 en la base Core Collection de WoS, se realizó la búsqueda con las palabras *service quality* en la cual se encontraron 11.255 artículos científicos referentes al tema. No se consideraron libros ni proceedings.

Para obtener los factores de impacto 2017 de cada revista científica se utilizó el Journal Citation Report (JCR), la que, con todos los pros y contras que tiene, es uno de los indicadores más utilizados en el ámbito de la bibliometría (Bosch *et al.*, 2001). Los indicadores bibliométricos utilizados para el análisis fueron: artículos, citas, revistas, instituciones, autores, países y palabras clave (Cancino *et al.*, 2018; Torres, 2019). De esta forma se diseñaron mapas bibliométricos de conceptos claves basados en datos de frecuencia y sus respectivos clústeres.

El análisis bibliométrico llevado a cabo fue sistematizado según las fases propuestas por Velt *et al.* (2020). En la primera fase, de formulación, se describieron los objetivos del trabajo. En la

segunda etapa, de identificación, se establecieron los patrones de búsqueda a partir de las palabras clave de identificación y el horizonte temporal de la búsqueda. La tercera etapa coincidió con la selección cuidadosa de los registros de la base de datos Web of Science (WoS). La cuarta etapa consistió en la verificación del conjunto de datos, lo cual fue llevado a cabo por autores con una línea de investigación clara en CS. La quinta y última etapa se centró en el análisis de los datos a través de las herramientas adecuadas según los objetivos propuestos y las preguntas de investigación planteadas.

Para la realización del análisis bibliométrico, en este trabajo hemos utilizado el software VOSviewer (Van Eck y Waltman, 2010) y aplicado las herramientas de Excel (Araya-Castillo *et al.*, 2021). Con esto se da cuenta de aspectos estructurales al interior de la comunidad científica, tratando los casos de asociaciones mediante referencias comunes (co-rreferenciación o *bibliographic coupling*) o co-ocurrencia (*co-occurrence*).

Resultados y Discusión

Se desarrolló un análisis del mapa bibliométrico en calidad de servicio (CS). El mapa es un resumen gráfico de documentos obtenidos de una base de datos de citas, palabras o frases, o algunos elementos bibliométricos (Guzmán-Sánchez y Trujillo-Cancino, 2013). Para elaborarlo se utilizó el software VOSviewer (Van Eck y Waltman, 2010), que es una herramienta empleada para la visualización de redes bibliométricas desarrollada por el Centre for Science and Technology Studies (CWTS).

Palabras clave

Aun cuando los resultados del análisis bibliométrico se presentan por artículos, revistas, universidades y países, de todos modos se considera necesario conocer las palabras clave que se vinculan con el constructo de la CS. La calidad percibida de los servicios es un constructo abstracto y multifacético, razón por la cual en la literatura no existe consenso sobre su definición, ni sobre los aspectos fundamentales que deben ser considerados en su medición (Seth *et al.*, 2005).

En este análisis se seleccionaron las 1000 palabras clave que se repetían en al menos 5 artículos distintos. En la Figura 1 se puede ver que la red está compuesta por siete clústeres, cada uno de los cuales está con un color en particular (por orden de importancia): rojo, azul, verde, morado, amarillo, celeste

y naranja. Dentro de cada clúster están los conceptos más utilizados en la investigación en CS y el tamaño de cada concepto está relacionado con la frecuencia de cada ítem. Sus conexiones como red muestran las relaciones de los conceptos, de tal manera que aquellos temas cognitivos que están relacionados entre sí están situados en las proximidades, y los que no están relacionados o apenas lo están se encuentran distantes.

En el clúster rojo los principales conceptos claves utilizados son: calidad de servicio, modelos, impacto, diseño y confiabilidad. Estos conceptos hacen referencia a la propuesta, desarrollo y validación de los modelos de CS.

Por su parte, en el clúster azul los principales conceptos claves utilizados son: escala de varios elementos, confianza, tecnología, información y comercio electrónico. Estos conceptos hacen referencia a las escalas de CS que se aplican en diferentes contextos y, en particular, en lo que respecta a los servicios online.

En cuanto al clúster verde, los principales conceptos claves utilizados son: desempeño, satisfacción laboral, compromiso organizacional, autoeficacia y empleados. Estos conceptos hacen referencia al compromiso que tienen los empleados con la CS y el consecuente impacto que esto genera en el desempeño de las organizaciones.

En el clúster morado los principales conceptos claves utilizados son: lealtad, satisfacción del consumidor, consumo, consecuencias e imagen corporativa. Estos conceptos hacen referencia al impacto que la CS tiene en la satisfacción e intención de comportamiento de los consumidores.

En el clúster amarillo los principales conceptos claves utilizados son: cuidado de la salud, satisfacción del paciente, industria hotelera, entrega y resultados. Estos conceptos hacen referencia a la aplicación de la CS en centros de salud e industria hotelera.

En el clúster celeste los principales conceptos claves utilizados son: valor experiencial, costos de cambio, intención de recompra, elección de marca y cliente satisfecho. Estos conceptos hacen referencia a la influencia de la CS en el comportamiento de compra de los clientes.

Finalmente, en el clúster naranja los principales conceptos claves utilizados son: escala Servqual, revalorización, estándar de comparación, asimilación y confianza. Estos conceptos hacen referencia a la aplicación o adaptación de la escala Servqual, y a la comparación de su capacidad predictiva con otras escalas.

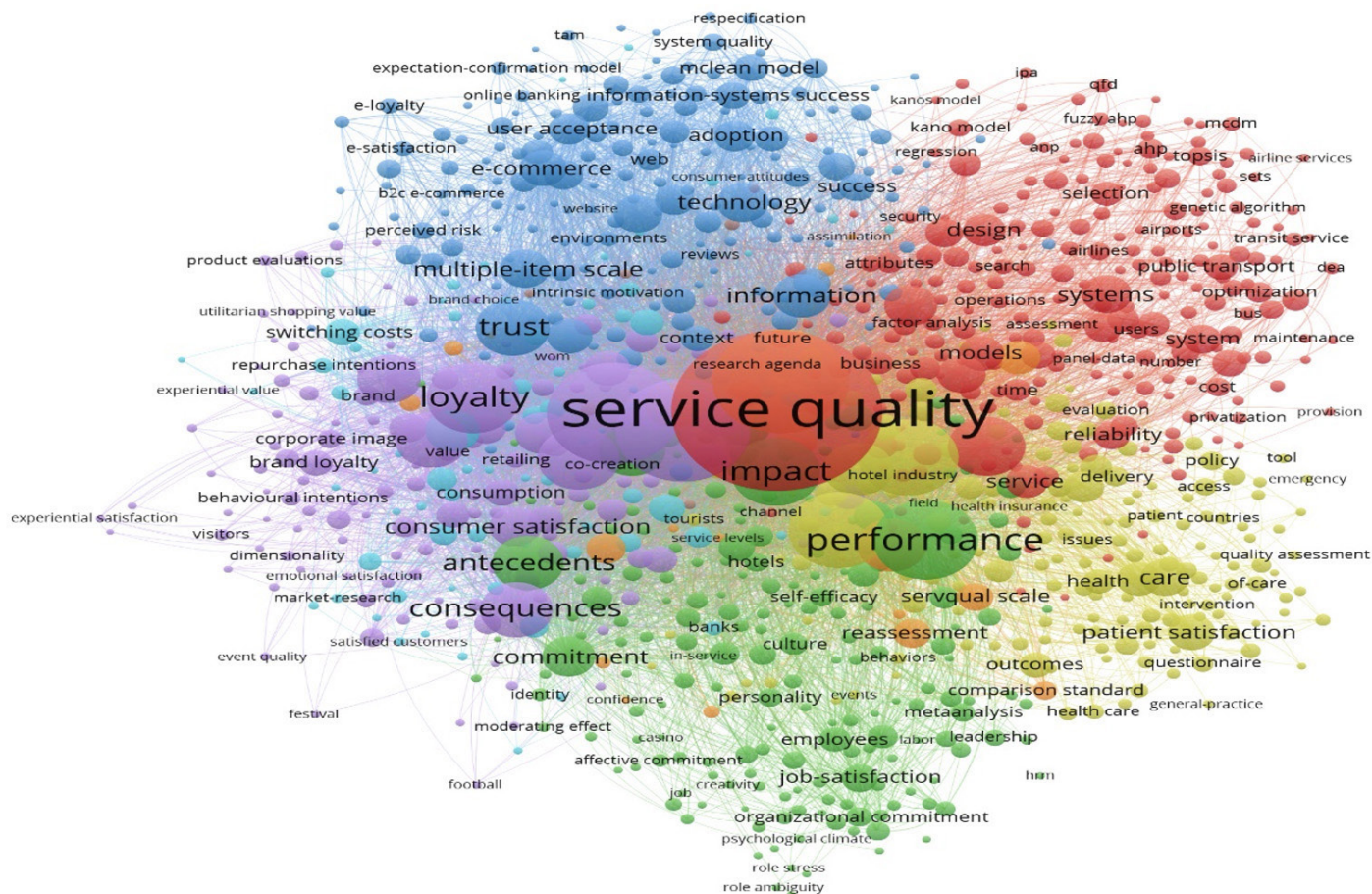


Figura 1. Mapa bibliométrico por palabras clave.

Artículos

En este análisis se trabaja con revistas científicas con más de 100 citas en Web of Science (WoS) entre los años 1978 y 2018; este criterio arrojó 464 artículos. En la Tabla I se observa la información de los 10 artículos más relevantes en la literatura, pudiéndose observar que los tres artículos más destacados, tanto en el total de citas como en las citas por año, son los desarrollados por Parasuraman *et al.* (1985, 1988) y Zeithaml *et al.* (1996). Por su parte, en la cuarta posición, en lo que respecta al total de citas, se encuentra el estudio desarrollado por Cronin y Taylor (1992). A su vez, el artículo que presenta el mayor número de *links* (*bibliometric links*) es el desarrollado por Cronin *et al.* (2000).

En la Figura 2 se muestra el número total de publicaciones por año, apreciándose que en los últimos 6 años el número de artículos ha decrecido, lo cual puede ser indicador del menor interés de los investigadores por esta temática, o porque éstos consideran que no hay gaps en la literatura. Además, la

producción científica presenta siete ciclos, siendo los años 1994, 2002, 2004 y 2006 donde un mayor número de artículos fueron publicados. También en la Figura 2 se aprecia que el número de citas en la literatura de CS ha decrecido en los últimos años; en este caso, también se aprecian 6 ciclos en lo que respecta a las citas en el período de 1978 a 2018, y pareciera que no hay indicios de un repunte de la investigación en esta temática.

Es posible que la gran cantidad de publicaciones existentes desincentive el interés de los investigadores por esta línea de investigación. No obstante, esta situación podría mejorar en la medida que los investigadores se interesen por proponer, desarrollar y validar escalas de medida en sectores industriales y culturales específicos; o por actualizar las escalas existentes en consideración de los cambios experimentados en los mercados y sus dinámicas competitivas.

Los resultados obtenidos están en directa relación con la literatura, por cuanto los modelos utilizados con mayor frecuencia por los investigadores son las escalas SERVQUAL y SERVPERF.

Esto último se observa en la Figura 3, donde se muestra el mapa bibliométrico por autores y citas. Los clústeres más relevantes son los de color rojo (perspectiva de Cronin y Taylor) y amarillo (perspectiva de Parasuraman, Zeithaml y Berry). El resto de los clústeres dan cuenta de agrupaciones de autores con menor influencia en la literatura de CS.

Revistas

En este análisis se eligieron revistas que tuvieran más de 10 artículos publicados en WoS entre los años 1978 y 2018; este criterio seleccionó 210 de un total de 2.535. En la Tabla II se aprecia la información de las 10 revistas más relevantes en la temática de CS. En función de esto se detecta que la revista con mayor cantidad de artículos y más *links* es *Total Quality Management & Business*. Esta mayor producción científica no es tan marcada con el resto de las revistas, ya que el rango de artículos publicados se ubica entre 82 y 240. Por su parte, la que tiene más citas es el *Journal of Marketing*, la cual no está dentro de las

TABLA I
DIEZ ARTÍCULOS MÁS INFLUYENTES EN CALIDAD DE SERVICIO

Ranking	Título	Autor(es)	Citas	Año	Citas/Año	Links
1	Servqual - A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality	Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L	6.394	1988	213,13	448
2	A conceptual-model of service quality and its implications for future-research	Parasuraman A, Zeithaml V, Berry, L	5.563	1985	168,58	190
3	The behavioral consequences of service quality	Zeithaml V, Berry L, Parasuraman A	3.576	1996	162,55	1159
4	Measuring service quality - A reexamination and extension	Cronin J, Taylor S	3.096	1992	119,08	935
5	The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update	Delone W, Mclean ER	2.910	2003	194,00	305
6	Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments	Cronin J, Brady M, Hult G	2.186	2000	121,44	2595
7	Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model	Bhattacharjee A	1.839	2001	108,18	860
8	Customer satisfaction, market share, and profitability - Findings from sweden	Anderson E, Fornell C, Lehmann D	1.727	1994	71,96	1298
9	The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships	Garbarino E, Johnson M	1.661	1999	87,42	1148
10	A service quality model and its marketing implications	Grönroos C	1.545	1984	45,44	1

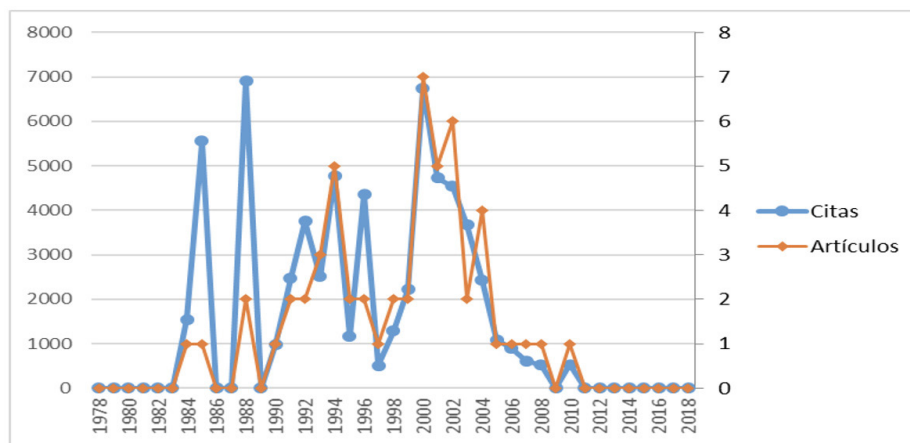


Figura 2. Número de artículos publicados y cantidad de citas por año.

10 revistas más influyentes, debido a que ocupa la posición 20 con 44 artículos y 27.667 citas. Tampoco se encuentra el *Journal of Retailing*, en donde se publicaron los artículos con mayor influencia en la literatura: Parasuraman *et al.* (1988) y Cronin y Taylor (1992). Esta revista ocupa la posición 21 con 55 artículos y 21.499 citas.

En la Figura 4 se observa el mapa bibliométrico de la producción científica en CS por revistas. En el clúster morado se encuentran el *Journal of Marketing* y *Journal of Retailing*, los cuales no ocupan las primeras 10 posiciones, pero se destacan por el número de citas recibidas y por ser la revista en

donde se publicaron los artículos más relevantes en la temática, respectivamente. Por su parte, en los clústeres verde y amarillo se ubican las revistas con mayor influencia en la literatura. En el clúster verde las revistas se enfocan en temas genéricos de CS, tales como *Total Quality Management & Business* y *Service Industries Journal*, en tanto que en el clúster amarillo el enfoque está centrado en la hospitalidad, en revistas tales como *International Journal of Hospitality Management* e *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. En los clústeres azul y rojo se ubican revistas que tienen menos influencia en la literatura de CS.

Universidades

Se identificaron las universidades con más de 10 artículos publicados en WoS entre los años 1978 y 2018; este criterio seleccionó 453 universidades. En este análisis una cuestión interesante es el Índice H (también conocido como el *H-classics*), el cual es un sistema propuesto para la medición de la calidad profesional de las publicaciones en función de las citas que han recibido los artículos científicos (Gálvez *et al.*, 2006). Por ejemplo, si en un set de artículos tienen un índice H de 10, significa que al menos 10 artículos tienen a lo menos 10 citas cada uno.

En la Tabla III se observan las 10 universidades con mayor producción científica en CS, siendo la *Hong Kong Polytech University* la que presenta la mayor cantidad de artículos, mayor Índice H y más links. Por su parte, *Texas A&M University* es la que muestra el mayor número de citas.

En cuanto a las citas por artículo, son 4 las universidades que destacan por el número de citaciones, siendo en orden de importancia: *Texas A&M University*, *Florida State University*, *Hong Kong Polytech University* y *University of North Carolina*. Es significativa la notoriedad de Texas A&M, la cual presenta más del doble de citas que la segunda universidad en importancia.

En la Figura 5 se observa el mapa bibliométrico de la producción científica en CS por universidades. Los

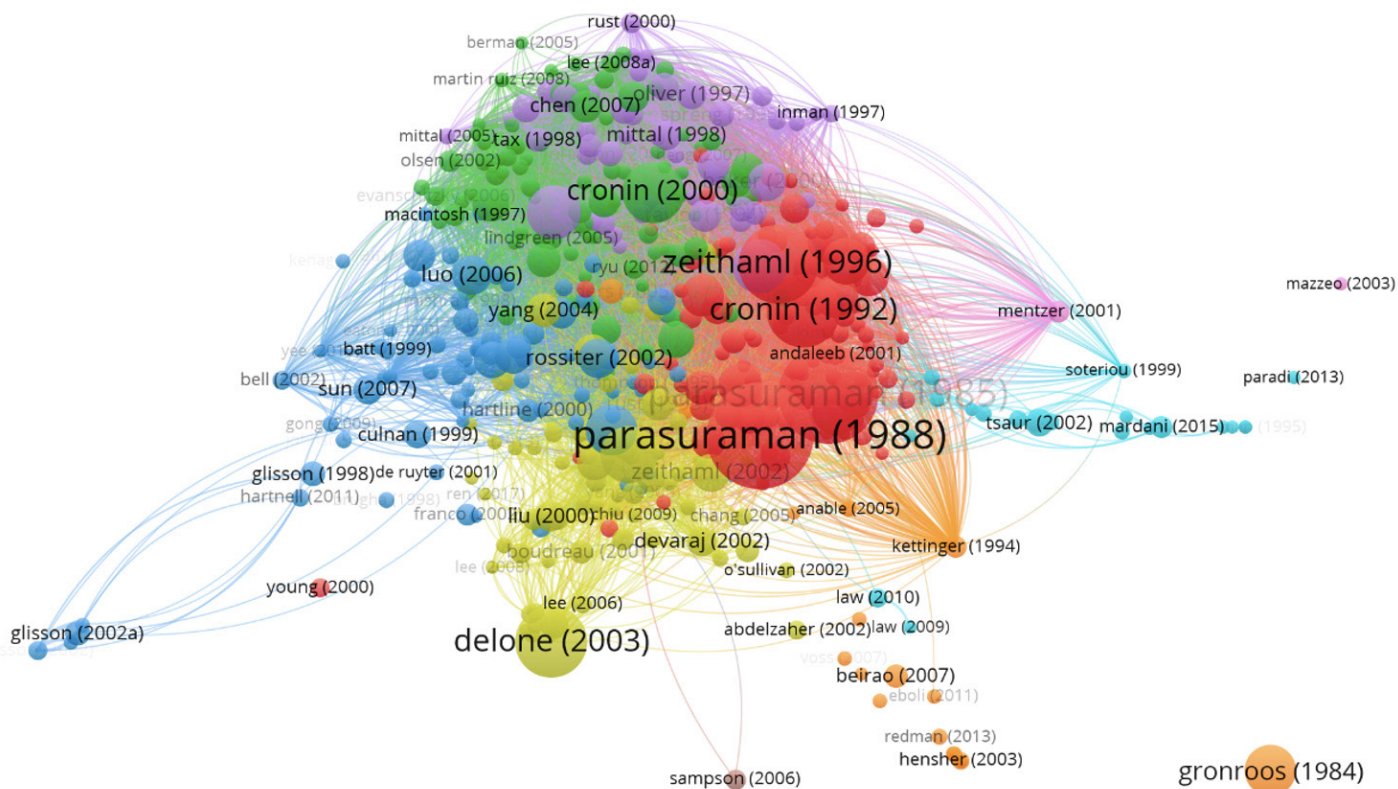


Figura 3. Mapa bibliométrico por autores y citas.

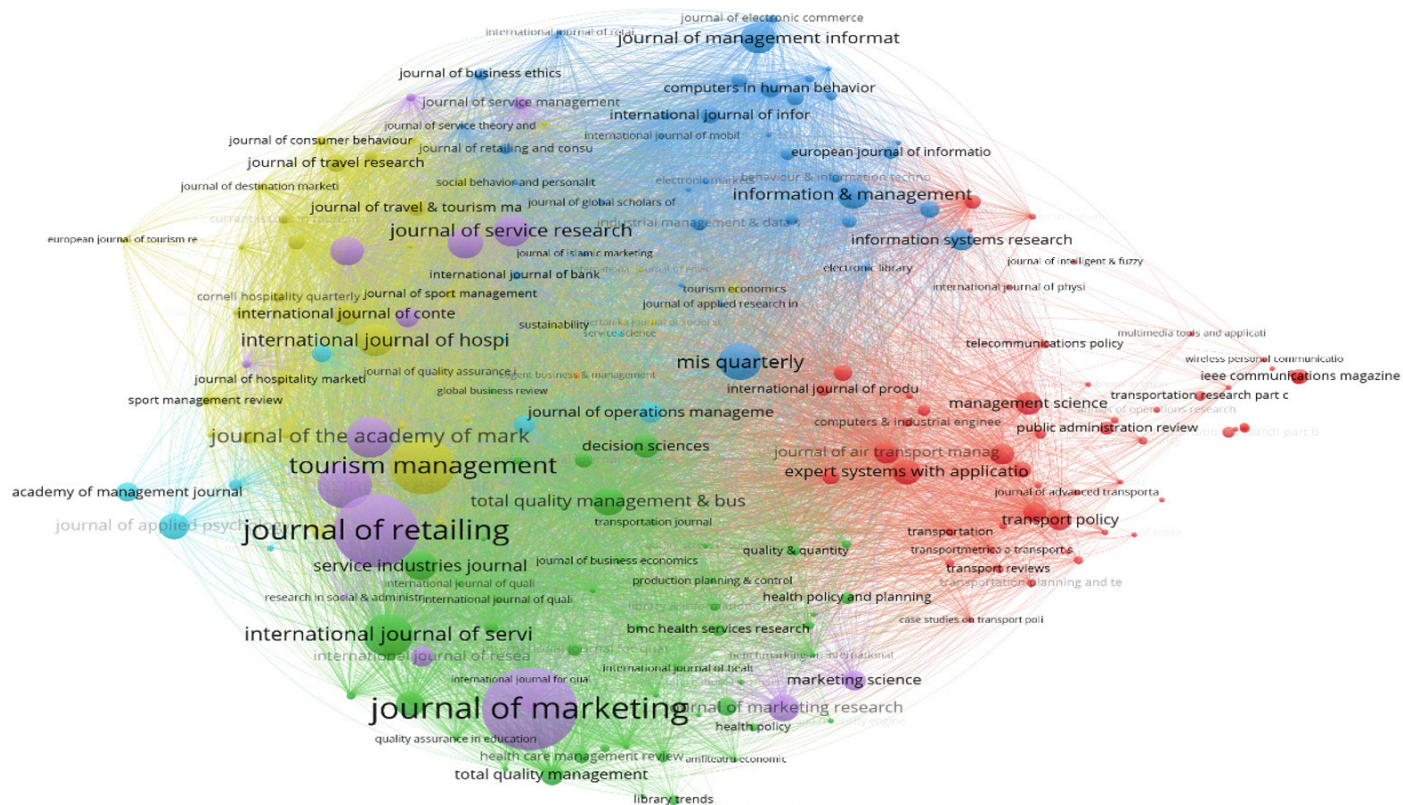


Figura 4. Mapa bibliométrico por revistas.

TABLA II
DIEZ REVISTAS MÁS INFLUYENTES EN CALIDAD DE SERVICIO

Ranking	Revista	Artículos	Citas	Links
1	Total Quality Management & Business	240	3267	930330
2	Service Industries Journal	190	3326	889183
3	Tourism Management	166	12851	617246
4	Journal of Business Research	142	8757	665693
5	International Journal of Hospitality Management	142	4274	615323
6	International Journal of Service Industry Management	119	7470	479365
7	Journal of Air Transport Management	112	2003	186370
8	International Journal of Contemporary Hospitality Management	107	2069	419671
9	African Journal of Business Management	96	597	330282
10	Journal of Services Marketing	82	1254	359256

clústeres más relevantes son los de color azul, rojo y verde. Las universidades se localizan en los distintos clústeres indistintamente por la región de origen. En el clúster azul se encuentra *Hong Kong Polytech University* y *Florida State University*, las cuales ocupan las primeras dos posiciones en artículos, Índice H y *links*. Por su parte, en el clúster rojo se ubica *Texas A&M University*, la cual se caracteriza por tener el mayor número de citas; y se ubican otras universidades con producción científica similar, tales como *University of North Carolina* y *Arizona State University*. En el clúster verde se encuentran universidades que ocupan posiciones promedio, tales como *National Cheng Kung University* y *National Chiao Tung University*. En los clústeres amarillo y morado se localizan universidades que tienen menos influencia en la literatura de CS.

Países

Para lograr un desarrollo como país, es fundamental la creación de conocimiento como un elemento central para mejorar la calidad de vida y el progreso de la sociedad (Sebastián, 2007). En este contexto, en la presente sección se analiza la investigación en la CS según su distribución geográfica, escogiéndose para ello los países con más de 10 artículos publicados en WoS entre los años 1978 y 2018. Este criterio seleccionó 76 países de un total de 144.

En la Tabla IV se observan los 10 países con mayor producción científica en CS. Los datos muestran que Estados Unidos es el país con mayor número de artículos, citas, Índice H y *links*. El país norteamericano presenta la mayor influencia en la literatura de CS. El resto

de los países con reconocimiento en la temática de estudio, ya sean de Europa o Asia, presentan valores similares de producción científica.

Complementariamente, en la Figura 6 se muestra el mapa bibliométrico de la producción científica de CS cuando se analiza por el país de origen. En el clúster rojo se encuentran los países con mayor influencia en CS, tales como Estados Unidos, Taiwán e Inglaterra. El resto de los países del listado de los 10 más influyentes se ubican en los clústeres verde (República Popular China, Australia, Corea del Sur, España) y amarillo (Canadá, Alemania). En los clústeres morado y azul se localizan países con menos influencia en la literatura de CS.

Comentarios Finales

En los últimos 40 años se reporta una cantidad importante de estudios que proponen, desarrollan y/o validan modelos de calidad de servicio (CS). Considerando esta realidad, se presenta la necesidad de conocer los estudios que se han desarrollado en la temática, y en este contexto, las líneas de investigación que quedan por desarrollar o en las cuales se ha realizado un menor número de producción científica.

Esta situación es relevante por cuanto la producción científica no puede avanzar, sino que, apoyándose en los trabajos precedentes, siendo las indagaciones actuales la base de futuras investigaciones y publicaciones (Araya-Castillo *et al.*, 2021; Jiménez-Bucarey *et al.*, 2020; Vicencio-Ríos *et al.*, 2020). Siguiendo esta línea de análisis, se hizo uso de la bibliometría, por cuanto la misma se ha extendido e implantado como técnica metodológica imprescindible para

TABLA III
DIEZ UNIVERSIDADES MÁS INFLUYENTES EN CALIDAD DE SERVICIO

Ranking	Universidad	Artículos	Citas	Índice H	Citas / Artículos	Links
1	Hong Kong Polytech University	188	6248	43	33,23	912294
2	Florida State University	61	10086	30	165,34	444404
3	Texas A&M University	88	20883	29	237,31	242162
4	University of North Carolina	64	6132	25	95,81	245118
5	Arizona State University	50	4094	25	81,88	204641
6	National Cheng Kung University	95	3375	25	35,53	517914
7	Purdue University	49	2887	25	58,92	277435
8	Michigan State University	58	2509	25	43,26	342683
9	Penn State University	70	2416	25	34,51	239708
10	National Chiao Tung University	75	2245	25	29,93	291795

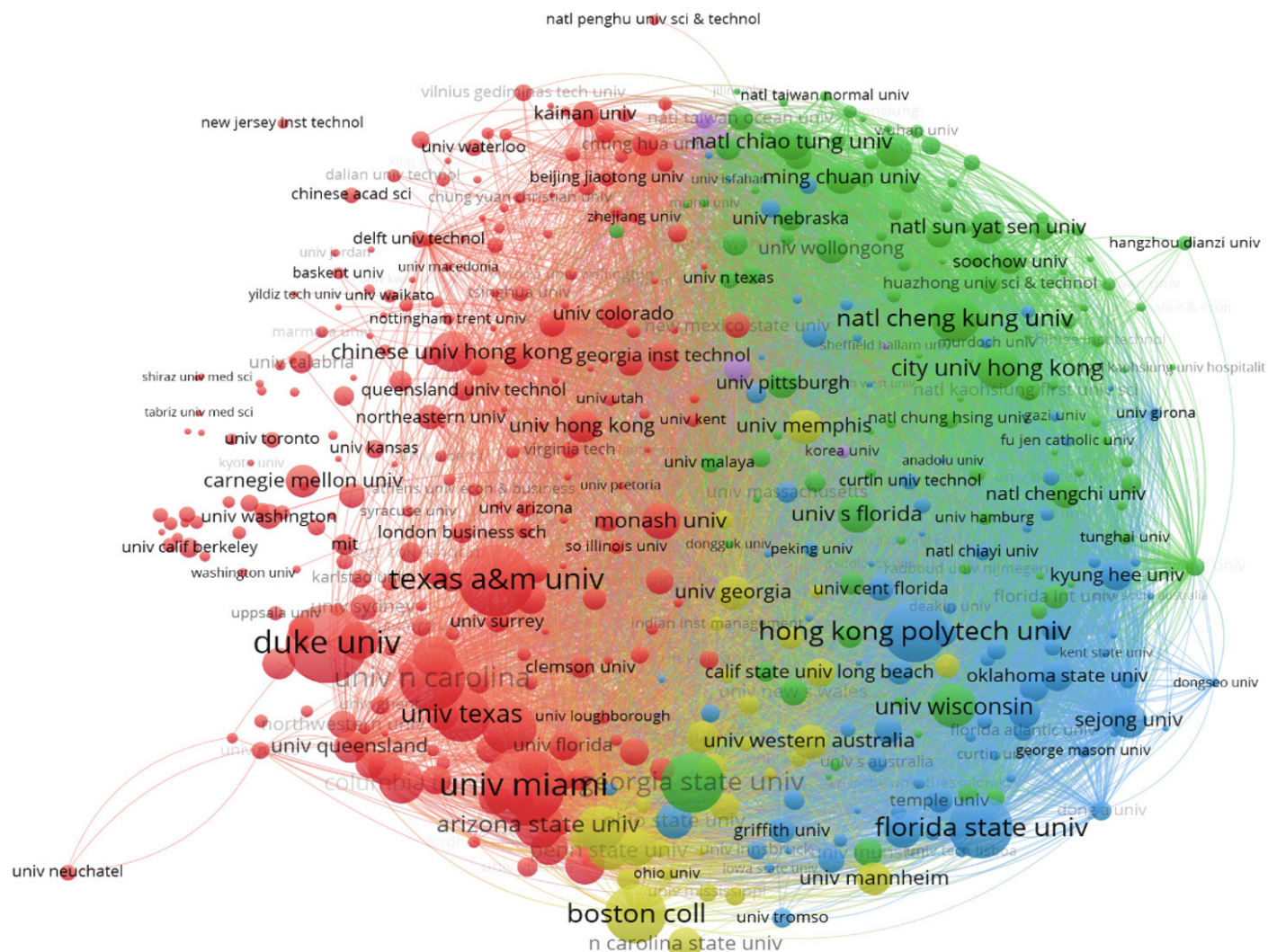


Figura 5. Mapa bibliométrico por universidades.

la evaluación de la producción científica y de los fenómenos ligados a la comunicación de la ciencia.

Se consideró que es necesario profundizar en el estudio del tópico CS en general, porque la investigación

ha dejado en evidencia que la literatura en CS es profusa, aun así, presenta un espacio para que los investigadores sigan

TABLA IV
DIEZ PAÍSES MÁS INFLUYENTES EN CALIDAD DE SERVICIO

Ranking	País	Artículos	Citas	Índice H	Citas / Artículos	Links
1	Estados Unidos	2940	149.030	159	50,69	9442519
2	Taiwán	1210	24.220	70	20,02	5825804
3	Inglaterra	891	20.630	69	23,15	2798915
4	República Popular China	1264	20.663	67	16,35	4375195
5	Australia	669	15.740	62	23,53	2960112
6	Corea del Sur	647	11.763	54	18,18	3336156
7	España	641	11.530	50	17,99	3324967
8	Canadá	406	9.718	50	23,94	1237502
9	Alemania	352	8.684	46	24,67	1149924
10	Holanda	214	6.703	44	31,32	862728

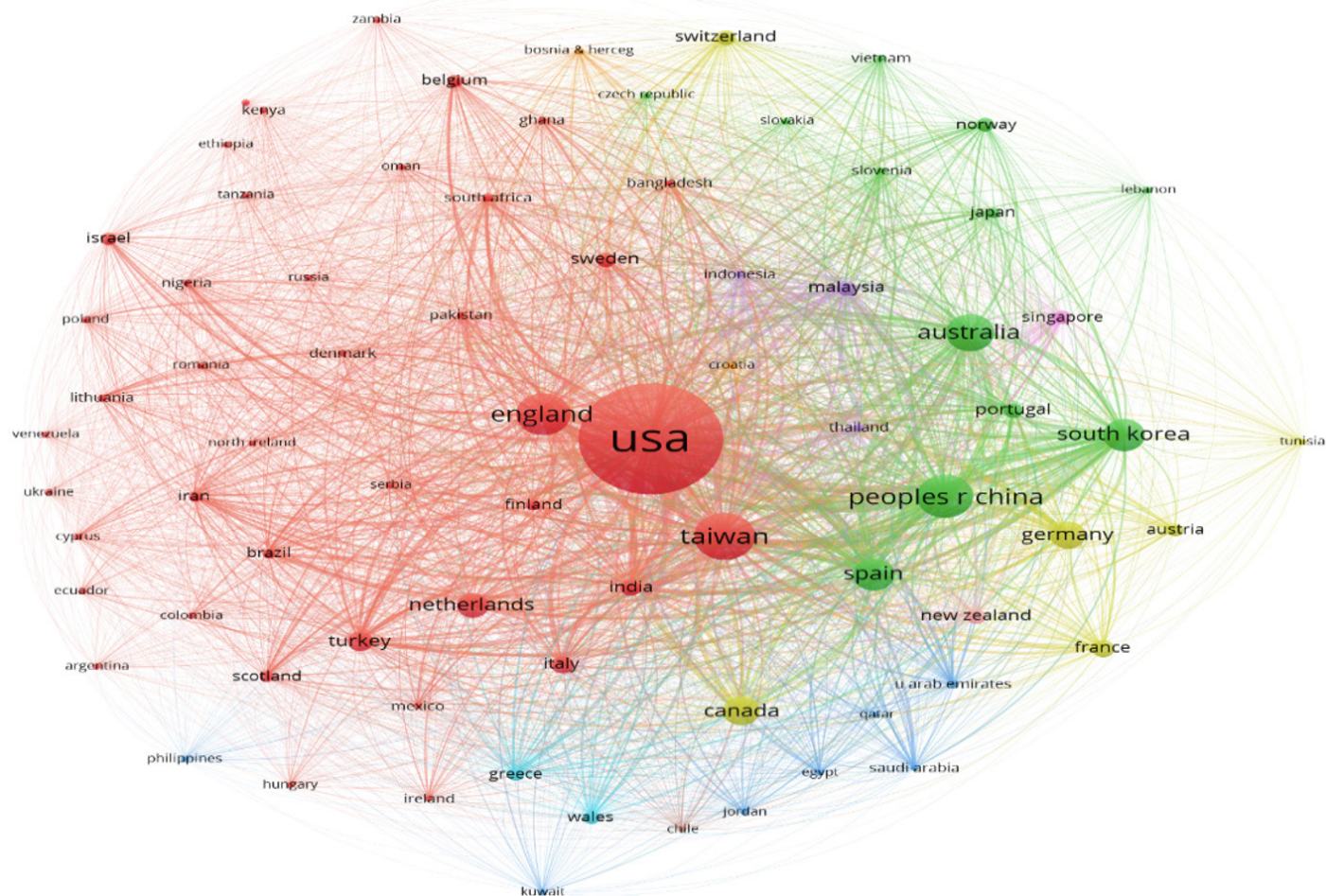


Figura 6. Mapa bibliométrico por país.

desarrollando sus estudios; por ejemplo: no existe consenso sobre la conceptualización y medición de su constructo, lo que da margen para que investigadores hagan nuevas propuestas teóricas y metodológicas.

Con las escalas SERVQUAL y SERVPERF, los investigadores podrían evaluar sus propiedades psicométricas en diferentes contextos, y ponderar la incorporación de variables de control y moderación en los modelos. Estas variables pueden estar definidas por los sectores de servicios (tales como la concentración de mercado, poder de mercado y regulaciones) y/o por los clientes (tales como aquellas de tipo demográficas, psicográficas y conductuales).

Además, aun cuando las escalas SERVQUAL y SERVPERF son las más utilizadas por los investigadores, en los últimos años se encuentran propuestas de escalas específicas, es decir, proposiciones de instrumentos para determinados sectores industriales y/o culturales. Esto genera espacios para que

investigadores propongan y desarrollen escalas que contengan adecuados niveles de validación psicométrica.

En todo caso, la investigación deja en evidencia la gran cantidad de trabajos que existen en torno a la CS, identificando con claridad las tendencias más significativas que existen en este campo, particularmente en las áreas de administración, economía, educación, marketing, psicología y sociología.

Aún queda pendiente que los investigadores continúen desarrollando la literatura que vincula la CS con otras variables de marketing, tales como la imagen de marca, satisfacción, intenciones de comportamiento de los clientes (por ejemplo, la retención, lealtad, y disposición a pagar) y el desempeño de las empresas. Asimismo, se podría aplicar la bibliometría para analizar el desarrollo y evolución de la literatura de CS en alguna región en específico.

No obstante la exhaustiva revisión realizada, la calidad descriptiva podría mejorar en la medida en que se

utilicen otras herramientas de análisis o nuevas técnicas estadísticas. Las futuras investigaciones podrían enriquecer el estudio de la evolución de la literatura de CS con el desarrollo de un estudio cuantitativo. La presente investigación aporta a la literatura, en el sentido que entrega información que puede ser utilizada por otros investigadores en estudios que se desarrollen sobre esta interesante temática del campo organizacional.

REFERENCIAS

- Amaro-Ares A, Vega-Almeida R, Arencibia-Jorge R (2018) El impacto de las publicaciones seriadas y su efecto sobre la producción científica cubana sobre Bibliotecología y Ciencias de la Información. *Bibliotecas. Anales Invest.* (No. Especial) 14: 34-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6312041>
- Anderson E, Fornell C, Lehmann D (1994) Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *J. Market.* 58(3): 53-66. <https://doi.org/10.1177/002224299405800304>
- Araya-Castillo L, Hernández-Perlines F, Moraga H, Ariza-Montes A (2021) Scientometric analysis of research on socioemotional

- wealth. *Sustainability* 13: 3742. <https://doi.org/10.3390/su13073742>
- Avkiran N (1999) Quality customer service demands human contact. *Int. J. Bank Market.* 17(2): 61-74. <https://doi.org/10.1108/02652329910258862>
- Babakus E, Boller G (1992) An empirical assessment of the SERVQUAL scale. *J. Bus. Res.* 24: 253-268. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4)
- Barrientos-Báez A, Caldevilla-Dominguez D, Rodríguez-Terceño J (2020) Integración de la educación emocional como nuevo eje conformador en el Grado Universitario de Turismo. *Fronteiras: J. Soc. Technol. Environ. Sci.* 9(3): 197-219. <https://doi.org/https://doi.org/10.21664/2238-8869.2020v9i3.p197-219>
- Bhattacharjee A (2001) Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quart.* 25: 351-370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Blanco Alfonso I, García Galera C, Tejedor Calvo S (2019) El impacto de las fake news en la investigación en ciencias sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Hist. Comunic. Soc.* 24: 449-469. <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Bosch X, Villacastán J, Alfonso F (2001) Difusión, reconocimiento científico y repercusión. *Rev. Esp. Cardiol.* 54:1463-1465.
- Brady M, Cronin J (2001) Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *J. Market.* 65(3): 34-49. <https://doi.org/10.1509/jmk.65.3.34.18334>
- Brochado A (2009) Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education. *Qual. Assur. Educ.* 17: 174-190. <https://doi.org/10.1108/09684880910951381>
- Brogowicz A, Delene L, Lyth D (1990) A synthesized service quality model with managerial implications. *Int. J. Serv. Indust. Manag.* 1: 27-45. <https://doi.org/10.1108/09564239010001640>
- Brown T, Churchill G, Peter J (1993) Improving the measurement of service quality. *J. Retail.* 69: 127-139. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(05\)80006-5](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(05)80006-5)
- Bustos L, De Santiago P, Martínez M, Rengifo M (2019) Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales* 18: 25-42. <https://doi.org/10.5209/meso.64527>
- Cancino C, Merigo J, Torres JP, Diaz D (2018) A bibliometric analysis of venture capital research. *J. Econ. Fin. Admin. Sci.* 23(45): 182-195. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-01-2018-0016>
- Carman J (1990) Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *J. Retail.* 66: 33-55.
- Catalina B, López de Ayala M, Martínez E (2019) Usos comunicativos de las nuevas tecnologías entre los menores. Percepción de sus profesores sobre oportunidades y riesgos digitales. *Mediaciones Sociales* 18: 43-57. <https://doi.org/10.5209/meso.64311>
- Cervantes V, Stefanell I, Peralta P, Salgado R (2018) Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla. *Cs. Admin.* 6(11): 27-41. <https://doi.org/10.24215/23143738e017>
- Chang H, Sokol D (2020) How incumbents respond to competition from innovative disruptors in the sharing economy - The impact of Airbnb on hotel performance. *Strat. Manag. J.* <https://doi.org/10.1002/smj.3201>
- Cronin J, Taylor S (1992) Measuring service quality: a reexamination and extension. *J. Market.* 56: 55-68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Cronin J, Brady M, Hult G (2000) Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *J. Retail.* 76: 193-218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- Dabholkar P (1996) Consumer evaluations of new technology-based self-service operations: an investigation of alternative models. *Int. J. Res. Market.* 13: 29-51. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00027-5](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00027-5)
- Dabholkar P, Shepherd D, Thorpe D (2000) A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical, conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *J. Retail.* 76: 139-173. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00029-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00029-4)
- Delone W, Mclean ER (2003) The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *J. Manag. Inform. Syst.* 19(4): 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Espino P, Olaguez E, López R, Vázquez C (2020) Entorno virtual e-evaluaciones como herramienta de gestión en grupos numerosos. *Vivat Acad. Rev. Comunic.* 151: 107-125. <https://doi.org/10.15178/va.2020.151.107-125>
- Fernández M, Díaz A, Trespalacios J (2000) Training in retailing: a guide for improving the supply of courses. *Int. J. Retail Distrib. Manag.* 28(6): 243-260. <https://doi.org/10.1108/09590550010328427>
- Fouce H, Pecourt J, Pedro J (2018) El conocimiento en la universidad como problema público. Condiciones de producción en la comunicación y las ciencias sociales. *Cuad. Inform. Comunic.* 23: 9-23. <https://doi.org/10.5209/CIYC.60909>
- Gadea-Cavazos E, Morquecho-Sánchez R, Pérez-García J, Morales-Sánchez V (2018) Adaptación del cuestionario SERVQUAL para la evaluación de la calidad del servicio educativo en la asignatura de Cultura Física y Salud en México. *Cuad. Psicol. Deporte* 18: 150-162.
- Gálvez A, Amezcua M, Salido M, Hueso C (2006) Impacto de Autor CUIDEN Citación: Trayectorias científicas relevantes y excelencia a través del Factor h (h-index) de Hirsch en el espacio científico iberoamericano. *Index Enferm.* 15(55): 76-82.
- Ganga-Contreras F, Villagra O, Navarrete E (2015) Gestión de calidad: una sucinta mirada a acciones desarrolladas en un campus universitario. *Reflexiones* 94: 101-119. <http://dx.doi.org/10.15517/tr.v94i2.25461>
- Garbarino E, Johnson M (1999) The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *J. Market.* 63: 70-87. <https://doi.org/10.1177/002224299906300205>
- Gil de Zúñiga H, Ardévol A, Diehl T, Gómez M, Liu, J (2019) La confianza en los actores institucionales en 22 países. Análisis de la confianza en la política, la ciencia y los medios de comunicación en el mundo. *Rev. Lat. Comunic. Soc.* 74: 237-262. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1329>
- González-Valiente C (2019) Redes de citación de revistas iberoamericanas de Bibliotecología y Ciencia de la Información en Scopus. *Bibliotecas. Anales Investig.* 19: 83-98.
- Gómez-Calderón B, García-Borrego M, Fernández-Sande M (2019) Prácticas extracurriculares en el grado en Periodismo: rutinas profesionales, condicionantes y nivel de satisfacción de los alumnos. *Profesional de la Información* 28(6): 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.10>
- Gottlieb J, Grewal D, Brown S (1994) Consumer satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs? *J. Appl. Psychol.* 79: 875-885.
- Granda-Orive J (2003) Algunas reflexiones y consideraciones sobre el factor de impacto. *Arch. Bronconeumol.* 39: 409-417.
- Granda-Orive J, Alonso A, García F, Solano S, Jiménez C, Aleixandre R (2013) Ciertas ventajas de Scopus sobre Web of Science en un análisis bibliométrico sobre tabaquismo. *Rev. Esp. Document. Cient.* 36(2): 1-9. [https://doi.org/10.1016/S0300-2896\(03\)75417-9](https://doi.org/10.1016/S0300-2896(03)75417-9)
- Grönroos C (1984) A service quality model and its marketing implications. *Eur. J. Market.* 18(4): 36-44. <https://doi.org/10.1108/EUM000000004784>
- Grönroos C (1990) Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *J. Bus. Res.* 20: 3-11. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(90\)90037-E](https://doi.org/10.1016/0148-2963(90)90037-E)
- Guallar J, López J, Abadal E, Gamboa N, Cobo M (2020) Revistas españolas de Documentación en Web of Science: análisis bibliométrico y evolución temática de 2015 a 2019. *Profesional de la Información* 29(6): 1-27. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.06>
- Guzmán-Sánchez M, Trujillo-Cancino J (2013) Los mapas bibliométricos o mapas de la ciencia: una herramienta útil para desarrollar estudios métricos de información. *Bibliot. Univ.* 16: 95-108.
- Hasper-Tabares J, Correa-Jaramillo J, Benjumea-Arias M, Valencia-Arias A (2017) Tendencias en la investigación sobre gestión del riesgo empresarial: un análisis bibliométrico. *Rev. Venez. Gerenc.* 22(79): 506-524.
- Hernández E, Paz L, Pérez R (2020) El rol del audiovisual production researcher en el tratamiento de la documentación audiovisual. *Vivat Acad. Rev. Comunic.* 153: 55-71. <https://doi.org/10.15178/va.2020.153.55-71>
- Ho CB, Lin W (2010) Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation. *Eur. Bus. Rev.* 22: 5-24. <https://doi.org/10.1108/09555341011008981>
- Jain S, Gupta G (2004) Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *Vikalpa: J. Decis. Makers* 29(2): 25-38. <https://doi.org/10.1177/0256090920040203>
- Jiménez-Bucarey CG, Araya-Castillo L, Rojas-Vallejos J (2020) Calidad de servicio como área de investigación en educación superior. *Interciencia* 45: 329-337.
- Kang G, James J (2004) Service quality dimensions: an examination of Gronroos's service quality model. *Manag. Serv. Qual. Int. J.* 14: 266-277. <https://doi.org/10.1108/09604520410546806>
- Ladhari R (2010) Developing e-service quality scales: A literature review. *J. Retail. Consum.*

- Serv. 17: 464-477. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.06.003>
- Malhotra N (2004) *Investigación de Mercados: Un Enfoque Aplicado*. 4ª ed. Pearson. México.
- Martínez MA, Cobo MJ, Herrera M, Herrera-Viedma E (2015) Analyzing the scientific evolution of social work using science mapping. *Res. Soc. Work Pract.* 25: 257-277. <https://doi.org/10.1177/1049731514522101>
- Miguel S, Dimitri P (2013) La investigación en bibliometría en la Argentina: quiénes son y qué producen los autores argentinos que realizan estudios bibliométricos. *Informac. Cult. Soc.* 29: 117-138.
- Molina B, Romero M (2018) ADN organizacional para la calidad de servicio en las universidades de gestión pública colombianas. *Rev. Cs. Soc.* 24(4): 70-80.
- Montero-Díaz J, Cobo MJ, Gutiérrez-Salcedo M, Segado-Boj F, Herrera-Viedma E (2018) Mapeo científico de la categoría «comunicación» en WoS (1980-2013). *Comunicar* 26(55): 81-91. <https://doi.org/10.3916/C55-2018-08>
- Morales Á, Ortega E, Conesa E, Ruiz-Esteban C (2017) Análisis bibliométrico de la producción científica en educación musical en España. *Rev. Esp. Pedagog.* 75(268): 399-414. <https://doi.org/10.22550/REP75-3-2017-07>
- Núñez L, Ziritt G, Moreno Z, Silva H, Márceles V (2021) Franquicias de alimentos: miradas a la gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente. *Opción: Rev. Cs. Humanas Soc.* 93(2): 892-924.
- Omar S, Mohsen K, Tsimonis G, Oozeerally A, Hsu J (2021) M-commerce: The nexus between mobile shopping service quality and loyalty. *J. Retail. Consum. Serv.* 60: 102468. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102468>
- Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L (1985) A conceptual model of service quality and its implications for future research. *J. Market.* 49(4): 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L (1988) SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *J. Retail.* 64: 12-40.
- Parasuraman A, Zeithaml V, Malhotra A (2005) E-S-Qual: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *J. Serv. Res.* 7: 213-233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pritchard A (1969) Statistical bibliography or bibliometrics? *J. Documentat.* 25: 348-349.
- Ramírez C, Lorenzo A, López de Subijana C (2017) Revisión de los instrumentos de medida de la calidad en los servicios deportivos. *Kronos* 16: 1-9.
- Romero A, Flores D, Flores E, Luzurriaga M (2020) Gestión de la calidad en instituciones de educación superior. *Dilemas Contempor. Educ. Polít. Valores VII*(9): 1-16. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2102>
- Rivera N, Guerra G (2019) Gestión de participación popular como ejercicio docente y participativo para el autodesarrollo comunitario. *Rev. Cs. Comunic. Inform.* 24(2): 31-44. [http://doi.org/10.35742/rcci.2019.24\(2\).31-44](http://doi.org/10.35742/rcci.2019.24(2).31-44)
- Rovelli P, Ferasso M, De Massis A, Kraus S (2021) Thirty years of research in family business journals: Status quo and future directions. *J. Family Bus. Strat.* (In Press): 100422. <https://doi.org/10.1016/j.jfbfs.2021.100422>
- Rodrigues L, Barkur G, Varambally K, Motlagh F (2011) Comparison of SERVQUAL and SERVPERF metrics: an empirical study. *TQM J.* 23: 629-643. <https://doi.org/10.1108/17542731111175248>
- Rosen L, Karwan K (1994) Prioritizing the dimensions of service quality: An empirical investigation and strategic assessment. *Int. J. Serv. Indust. Manag.* 5(4): 39-52. <https://doi.org/10.1108/09564239410068698>
- Sánchez A, Yáñez I (2021) Auditoría de recursos humanos: Análisis bibliométrico. *Rev. Venez. Gerenc.* 26(94): 467-491. <https://doi.org/10.52080/rvgluzv26n94.2>
- Sanz-Marcos, P (2020) Brand Management y tribu consumidora. Un estudio aplicado a las marcas de surf españolas. *Rev. Comunic. SEECI* 51: 17-41. <https://doi.org/10.15198/seeci.2020.51.17-41>
- Sebastián J (2007) Conocimiento, cooperación y desarrollo. *Rev. Iberoamer. Cienc. Tecnol. Soc.* 3(8): 195-208.
- Seth N, Deshmukh S, Vrat P (2005) Service quality models: A review. *Int. J. Qual. Reliab. Manag.* 22: 913-949. <https://doi.org/10.1108/02656710510625211>
- Sultan P, Wong H (2010) Service quality in higher education – a review and research agenda International. *J. Qual. Serv. Sci.* 2: 259-272. <https://doi.org/10.1108/17566691011057393>
- Teas K (1993) Expectations, performance evaluation, and consumer's perceptions of quality. *J. Market.* 57(4): 18-34. <https://doi.org/10.1177/002224299305700402>
- Toro-Jaramillo I (2017) La bibliometría y las publicaciones en teología. *Cuest. Teol.* 44(102): 231-242. <https://doi.org/10.18566/cueteo.v44n102.a01>
- Torres E, Araya-Castillo L (2010) Construcción de una escala para medir la calidad del servicio de las universidades: Una Aplicación al contexto chileno. *Rev. Cs. Soc.* 16: 54-67.
- Torres JP (2019) System Dynamics Review and publications 1985-2017: Analysis, synthesis and contributions. *System Dynam. Rev.* 35: 160-176. <https://doi.org/10.1002/sdr.1628>
- Van Eck NJ, Waltman L (2010) Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics* 84: 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Velt H, Torkkeli L, Laine I (2020) Entrepreneurial ecosystem research: bibliometric mapping of the domain. *J. Bus. Ecosyst. I*(2): 1-31. <https://doi.org/10.4018/JBE.20200701.oa1>
- Vicencio-Ríos G, Araya-Castillo L, Millán-Toledo C, Rivera Flores Y (2020) Desarrollo de la investigación en personalidad de marca. *Rev. Venez. Gerenc.* 25(92): 1583-1599. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34282>
- Yildiz S, Kara A (2012) A re-examination and extension of measuring perceived service quality in physical activity and sports centres (PSC): QSport-14 scale. *Int. J. Sports Market. Sponsorsh.* 13(3): 26-45. <https://doi.org/10.1108/IJSM-13-03-2012-B004>
- Zeithaml V, Berry L, Parasuraman A (1996) The behavioral consequences of service quality. *J. Market.* 60(2): 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Zeithaml V, Parasuraman A, Malhotra A (2002) Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *J. Acad. Market. Sci.* 30: 362-375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SERVICE QUALITY RESEARCH

Jennifer Karen Rivera-Arroyo, Luis Araya-Castillo, Francisco Ganga-Contreras, Juan Pablo Torres and Francisco Sánchez Morales

SUMMARY

This work aims to present the main trends published on the subject of quality of service in the literature of administration, economics, education, marketing, psychology and sociology. The work compiles quantitative information on the studied topics by performing cluster analysis between articles according to the shared references cited by them between 1978 and 2018. We collected data from 11,255 articles published on quality of service from the Web database of Science (WoS) with a systematic search based on a series of common keywords. The bibliometric map represents seven clusters that refer to different dimensions of the quality of service literature. Besides, the results show that Purasuraman et al. (1988) was the article with the

largest number of citations, and Cronin et al. (2000) wrote the article with the most significant number of bibliographic coupling. The journal with the most articles on quality of service is Total Quality Management & Business, and the journal that collects the most citations is the Journal of Marketing. Considering the research centers that published the most on quality of service, Hong Kong Polytech University and Texas A&M University stand out. Finally, the United States dominates the scientific production on quality of services in terms of the number of publications and citations. This review serves as a guide, offering information on the most cited content, topics of interest, sources and authors in the area of service quality.

ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA INVESTIGAÇÃO EM QUALIDADE DE SERVIÇO

Jennifer Karen Rivera-Arroyo, Luis Araya-Castillo, Francisco Ganga-Contreras, Juan Pablo Torres e Francisco Sánchez Morales

RESUMO

O objetivo deste trabalho é apresentar as principais tendências publicadas sobre o tema de qualidade de serviço (QS) na literatura de administração, economia, educação, marketing, psicologia e sociologia. O trabalho recolhe informação quantitativa dos temas estudados realizando análise de conglomerados entre os artigos de acordo com as referências comuns por eles citadas entre 1978 e 2018. Foram identificados 11.255 artigos publicados sobre QS na base de dados Web of Science (WoS), resultado de uma busca sistemática baseada em uma série de palavras chaves comuns. O mapa bibliométrico representa sete clusters que se referem a diferentes dimensões da literatura de QS. Além disso, os resultados mostram que o artigo com mais citações foi escrito

por Purasuraman et al. em 1988, e aquele com mais conexões bibliográficas (bibliographic coupling) foi escrito por Cronin et al. no ano 2000. A revista com mais artigos publicados sobre QS é a Total Quality Management & Business, e a revista que recolhe a maior quantidade de citações é o Journal of Marketing. Quanto aos centros de investigação que mais publicaram sobre QS destacam-se a Hong Kong Polytech University e a Texas A&M University. Finalmente, os Estados Unidos dominam a produção científica em termos de número de publicações e citações. Esta revisão serve como guia, oferecendo informações sobre os conteúdos mais citados, temas de interesse, fontes e autores para estas pesquisas sobre qualidade de serviço.