

Tendencias actuales en la satisfacción del cliente en el sector del turismo. Estudio bibliométrico

Roxdiel Pérez Pérez

Universidad de Holguín

roxdieltrabajo@gmail.com

Radiel Pérez Pérez

Universidad de Holguín

Gilberto Tomas Pérez Ferras

Universidad de Holguín

Giltom1963@gmail.com

RESUMEN

En los últimos años, la investigación bibliométrica ha cobrado relevancia en el análisis de la satisfacción del cliente dentro del sector turístico. Las últimas investigaciones en la satisfacción del cliente en el sector turístico han revelado varias tendencias significativas que reflejan los cambios en las expectativas y comportamientos de los consumidores. Los estudios bibliométricos en el este sector han proporcionado una nueva dimensión en la comprensión de la satisfacción del cliente, al combinar métodos tradicionales de investigación de mercado con técnicas bibliométricas, se ha logrado captar con mayor precisión las emociones y comportamientos de los turistas. Esto ha permitido a las empresas turísticas optimizar sus servicios y ofrecer experiencias más alineadas con las expectativas de los clientes. Con la realización de esta investigación se pudo conocer las tendencias actuales relacionadas con la satisfacción del cliente en el turismo que reflejan un entorno en constante evolución, impulsado por la tecnología, la personalización, la búsqueda de experiencias memorables y la preocupación por la sostenibilidad. Las empresas turísticas que se adapten a estas tendencias y utilicen el feedback de los clientes para mejorar continuamente sus servicios estarán mejor posicionadas para satisfacer las expectativas de los turistas. Para llevar a cabo esta investigación se utilizaron métodos científicos del orden teóricos y empíricos.

Palabras clave: Satisfacción al cliente, Estudio Bibliométrico, Tendencias.

Current trends in customer satisfaction in the tourism sector. A bibliometric study

ABSTRACT

In recent years, bibliometric research has gained relevance in the analysis of customer satisfaction within the tourism sector. The latest research on customer satisfaction in the tourism sector has revealed several significant trends that reflect changes in consumer expectations and behaviors. Bibliometric studies in this

sector have provided a new dimension in understanding customer satisfaction. By combining traditional market research methods with bibliometric techniques, it has been possible to more accurately capture travelers' emotions and behaviors. This has allowed tourism companies to optimize their services and offer experiences more aligned with customer expectations. This research has revealed current trends in customer satisfaction in tourism, which reflect a constantly evolving environment driven by technology, personalization, the search for memorable experiences, and concerns about sustainability. Tourism companies that adapt to these trends and use customer feedback to continually improve their services will be better positioned to meet tourists' expectations. To conduct this research, theoretical and empirical scientific methods were used.

Keywords: Customer satisfaction, Bibliometric Study, Trends.

INTRODUCCIÓN

En referencia a los documentos científicos consultados y referenciados para dar soporte a la presente investigación se tomaron en consideración los siguientes: (Ursache, 2015), (Laguna García & Palacios Picos, 2009), (Huamán de los Heros & Calanchez Urribarri, 2025), (Oliver, 1980), (Al Ababneh, 2013), (Hernández González, Landrove Escalona, Mitjans Hernández, Fajardo Quesada, & Rivera López, 2023), (Vargas Leal, 2023), (Glänzel, 2003), (Romani, Huamani, & González Alcaide, 2011).

METODOLOGÍA

El estudio bibliométrico realizado es de tipo descriptivo no experimental, con un enfoque predominante cuantitativo.

Atendiendo al objetivo fundamental del estudio, se utilizaron los siguientes métodos de investigación.

1. Teóricos
 - Analítico Sintético
 - Deductivo-Inductivo
2. Empíricos
 - Método de Análisis documental
 - Método bibliométrico

Se utilizó para el análisis bibliométrico de los artículos científicos elaborados en la base de datos Scopus Elsevier; en el periodo 2021-2025 en relación con la materia de Satisfacción del cliente en el sector del

turismo, se amplió la búsqueda en la base de datos ScienceDirect. Para el procesamiento y visualización de los datos, se utilizaron los programas Microsoft Excel, VOSviewer y Bibexcel.

RESULTADOS Y DISCUSION

Para realizar la investigación se tuvo en cuenta las 5 etapas propuestas por (Zupic & Čater, 2014).

1. Diseño de estudio
2. Recolección de datos
3. Análisis de datos
4. Visualización de datos
5. Interpretación

Para el diseño del estudio los investigadores se formularon un conjunto de interrogantes que posibilitaron la investigación, también fue posible definir los métodos bibliométricos y las herramientas que posibilitaron desarrollar la investigación y arribar a conclusiones.

La recolección de datos se realizó por medio de bases de datos de referencia, la primera búsqueda se realizó en Scopus Elsevier en el periodo de 2021-2025, utilizando como área gestión del turismo y marketing, como resultados se obtuvieron 443 artículos en revistas de acceso abierto, artículos en revisión, libros, actas de conferencias por los cuatros cuartiles. Al restringir la búsqueda por revistas de acceso abierto y por las mejores publicaciones se obtuvieron 40 artículos. Al buscar información en la base de datos de ScienceDirect, utilizando como palabras claves satisfacción del cliente en el turismo se obtuvieron 25 artículos en revistas de acceso abierto.

Para el análisis de los datos se trabajó primeramente con los datos recolectados en Scopus, de los 443 artículos obtenidos, se observa que de los publicados el 21% de los mismos no se han citado en ninguna investigación científica, en la Tabla 1, se muestra que las empresas editoras que más publicaciones tienen en la gestión del turismo y marketing.

Tabla 1

Cantidad de artículos por editora

Editora	Artículos
Taylor & Francis	81
Emerald Publishing	46
Springer Nature	31

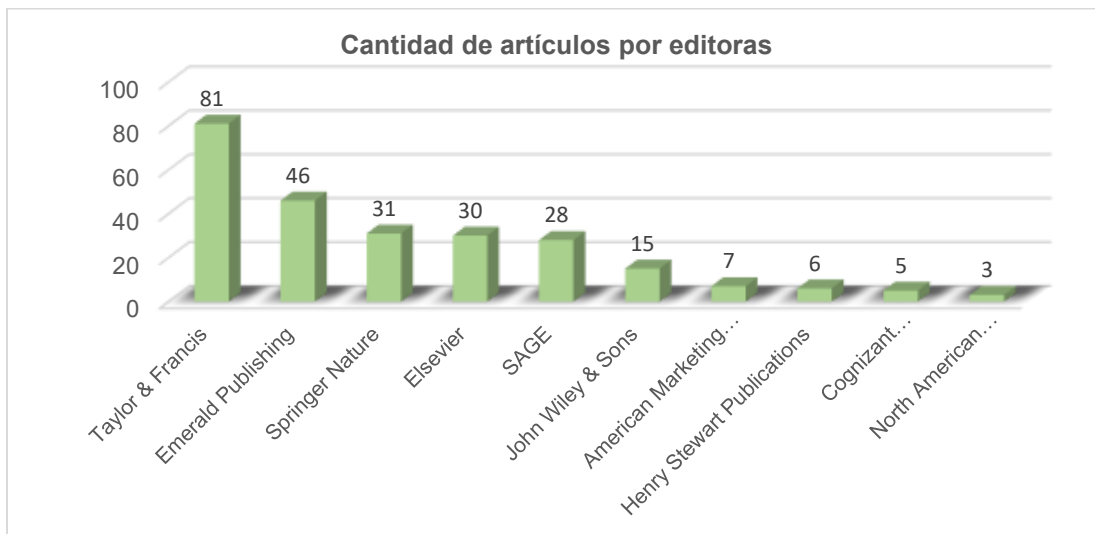
Elsevier	30
SAGE	28
John Wiley & Sons	15
American Marketing Association	7
Henry Stewart Publications	6
Cognizant Communication Corporation	5
North American Publishing Co.	3

Nota. Tomado a partir de datos Scopus 2025. Elaboración propia

La editora con mayor incidencia es Taylor & Francis con 81 artículos que representa un 18% del total de las publicaciones, seguida por Emerald Publishing con 46 artículos que representa un 10%. Las editoras que más incidencias tienen en el campo de la gestión del turismo en busca de la satisfacción del cliente representan un 58%, la demás muestran la incidencia de un solo artículo publicado en este campo, como se observa en la Figura 1.

Figura 1

Cantidad de artículos por editoras según datos Scopus 2025



Nota. Tomado a partir de datos Scopus 2025. Elaboración propia

Al analizar la búsqueda por revistas de acceso abierto y por las 10 mejores publicaciones según la gestión del turismo, se observa la incidencia de cada título de la revista y editoras, según la Tabla 2.

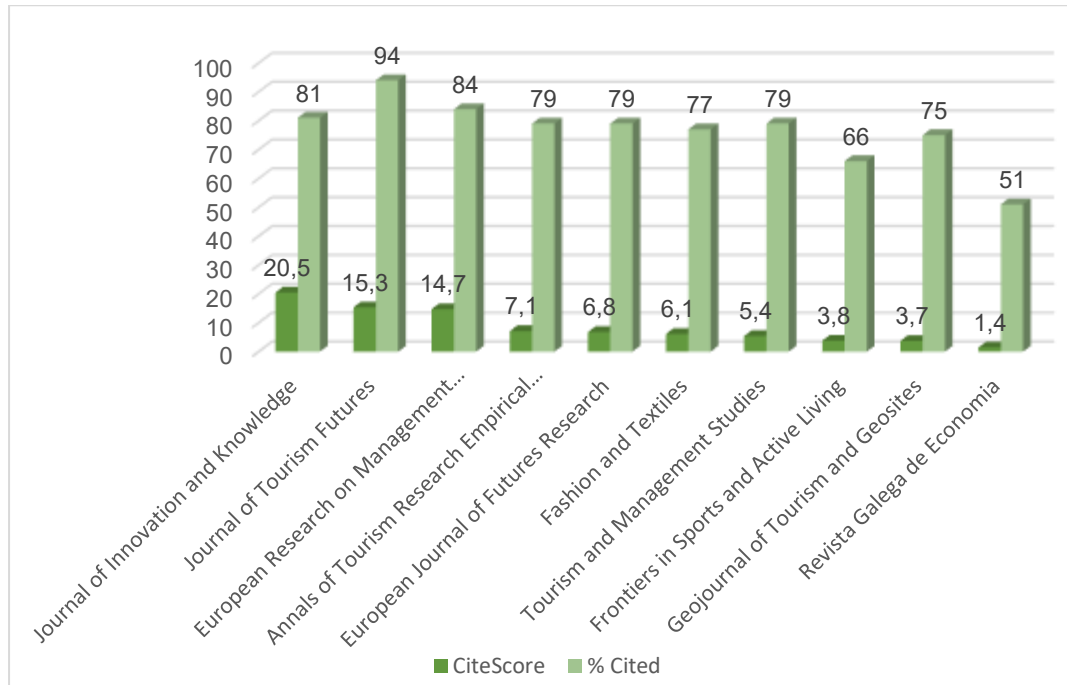
Tabla 2

Las 10 mejores publicaciones sobre la gestión del turismo

Source title	CiteScore	Highest percentile	2021-24 Citations	% Cited	Publisher
Journal of Innovation and Knowledge	20.5	98.00%	9957	81	Elsevier
Journal of Tourism Futures	15.3	98.00%	1619	94	Emerald Publishing
European Research on Management and Business Economics	14.7	97.00%	1693	84	European Academy of Management and Business Economics
Annals of Tourism Research Empirical Insights	7.1	93.00%	1025	79	Elsevier
European Journal of Futures Research	6.8	94.00%	499	79	Springer Nature
Fashion and Textiles	6.1	98.00%	1054	77	Springer Nature
Tourism and Management Studies	5.4	97.00%	439	79	University of Algarve
Frontiers in Sports and Active Living	3.8	90.00%	6631	66	Frontiers Media S.A.
Geojournal of Tourism and Geosites	3.7	94.00%	2862	75	Editura Universitatii din Oradea
Revista Galega de Economía	1.4	90.00%	128	51	Universidad de Santiago de Compostela

Nota. Tomado a partir de datos Scopus 2025. Elaboración propia

Al observar la tabla 2, la revista de mayor record de citas es la *Journal of Innovation and Knowledge* con 20.5, artículos investigativos citados en los años 2021-24 fueron un total de 9957 publicados por la editora Elsevier, seguida por la revista *Journal of Tourism Futures* con 15.3, donde en los años 2021-24 fueron citados un total de 1619 por la editora Emerald Publishing. Para una mejor comprensión del comportamiento de las 10 mejores publicaciones de la gestión del turismo en busca de la satisfacción del cliente se muestra en la Figura 2, representándose el record de publicaciones y el por ciento de artículos citados.

Figura 2
Revistas con mayor record de citas según datos Scopus 2025


Nota. Tomado a partir de datos Scopus 2025. Elaboración propia

Por otra parte, al analizar la información recolectada por base de datos de ScienceDirect, utilizando como palabras claves satisfacción del cliente en el turismo se obtuvieron 25 artículos en revistas de acceso abierto en formato RIS, esta información fue llevada al gestor bibliográfico EndNote y nuevamente exportados a formato RIS, para usarlo en el software Bibexcel. En este software se realizó el análisis para conocer la productividad de las publicaciones por: autor, años de publicación y título de las revistas, luego es llevado al Microsoft Excel para graficar los resultados. Como se puede comprobar a continuación en las siguientes Figura 3 y Tabla 3:

Tabla 3
Productividad por años gestión del turismo. Satisfacción al cliente

Años	2007	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2020	2021	2022	2024	2025
Artículos	3	2	2	1	4	1	1	2	1	1	2	2	3

Nota. Tomado de *datos obtenidos en ScienDirect. 2025.* Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 3 en revistas de acceso abierto comenzaron a tratar la gestión del turismo para aumentar la satisfacción del cliente en el 2007 con tres artículos, el año de mayor producción científica fue el 2015 con cuatro, no obstante, se observa que posiblemente el 2025 puede ser un año de una buena producción de artículos científicos, porque hasta la fecha ya se han publicado 3, para mejor comprensión se muestra la Figura 3.

Figura 3

Productividad de Artículos por años a partir de datos de ScienceDirect2025

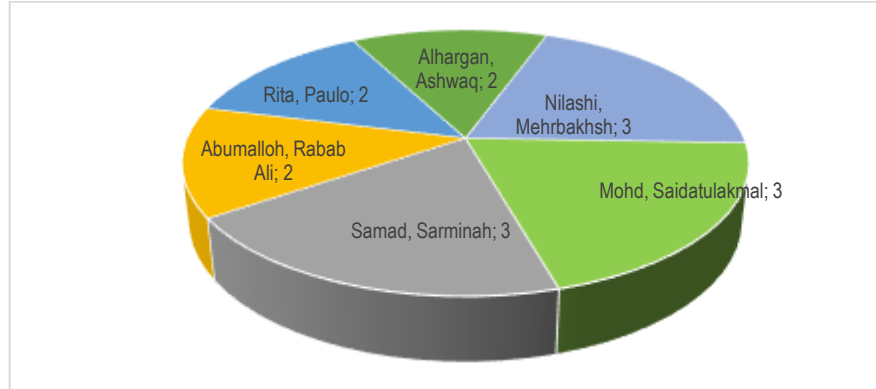


Nota. Tomado de *datos obtenidos en ScienDirect. 2025.* Elaboración propia

Al analizar la producción científica por autores, en la Figura 4 se muestra que los más productivos son: Nilashi, Mehrbakhsh, Mohd, Saidatulakmal y Samad, Sarminah; con tres publicaciones, con dos publicaciones se encuentran los autores: Alhargan, Ashwaq, Rita, Paulo, Abumalloh, Rabab Ali, el resto solo tienen una publicación.

Figura 4

Productividad de Artículos por autores a partir de datos de ScienceDirect2025

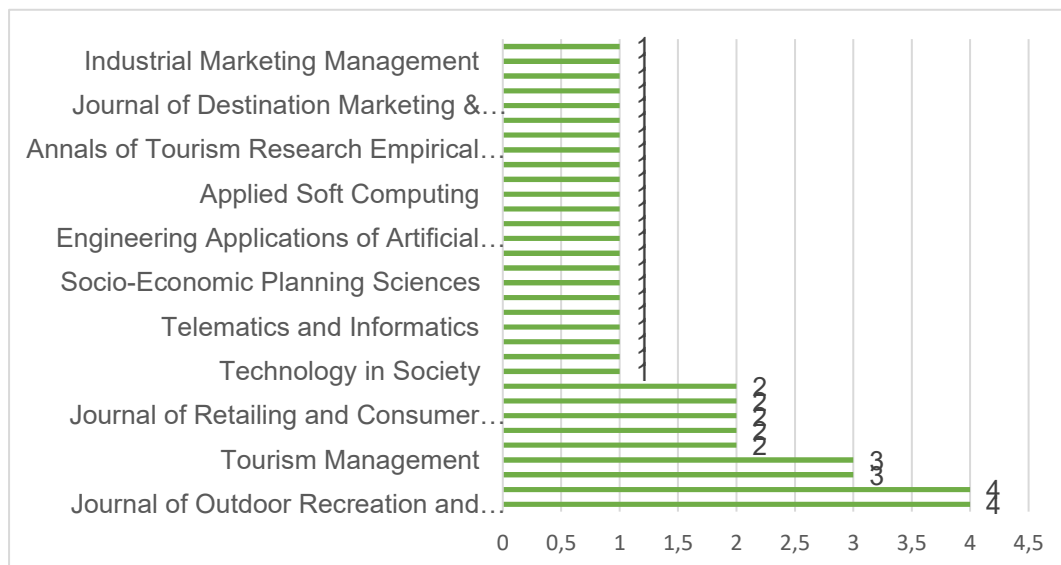


Nota. Tomado de *datos obtenidos en ScienDirect. 2025. Elaboración propia*

En cuanto a la productividad de revistas se pudo comprobar que Journal of Outdoor Recreation and Tourism y International Journal of Hospitality Management son las revistas que tienen mayor publicación con cuatro, seguidas por Journal of Hospitality and Tourism Management y Tourism Management con tres publicaciones y con dos publicaciones las revistas Tourism Review, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity y Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, como se observa en la Figura 5.

Figura 5

Productividad de Artículos por revistas a partir de datos de ScienceDirect2025



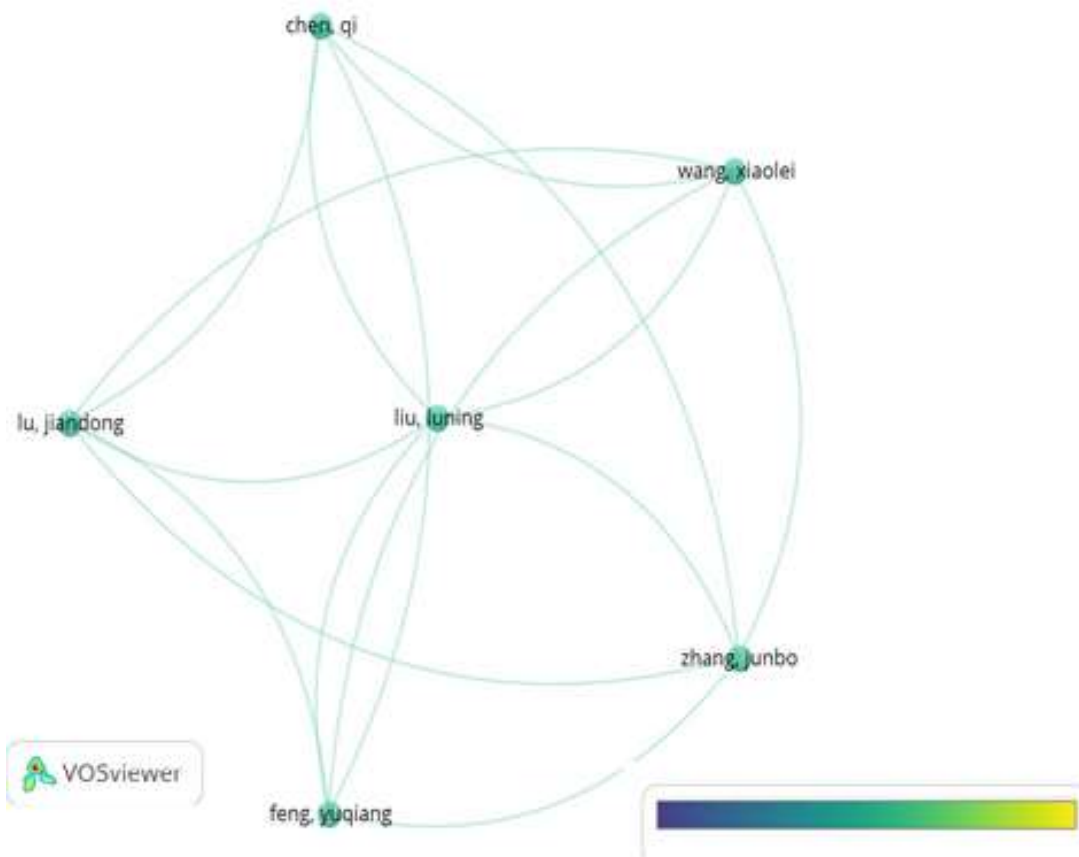
Nota. Tomado de *datos obtenidos en ScienDirect. 2025.* Elaboración propia

Para construir y visualizar redes bibliométricas se utilizó el VOSviewer que es una herramienta informática. Estas redes pueden incluir, revistas, investigadores o publicaciones individuales, y pueden construirse a partir de relaciones de citación, acoplamiento bibliográfico, cocitación o coautoría. VOSviewer también ofrece funciones de minería de textos que pueden utilizarse para construir y visualizar redes de co-ocurrencia de términos importantes extraídos de un corpus de literatura científica. (Moral Muñoz, Herrera Viedma, Santisteban Espejo, & Cobo, 2020)

Con esta herramienta informática se construyó la red de coautoría para establecer la relación de los autores como se observa en la Figura 6.

Figura 6

Relación de los autores en las publicaciones con relación a la satisfacción del cliente.



Nota. Tomado de *datos obtenidos en ScienDirect. 2025.* Elaboración propia

CONCLUSIONES

Las publicaciones en revistas analizadas se muestran que tienen un alto por ciento de citas en las investigaciones, lo que indica un fuerte enfoque en la divulgación de la investigación en medios de prestigio.

En las búsquedas realizadas en las bases de datos Scopus y ScienDirect, se pudo comprobar que existe un gran número de publicaciones en estas bases de datos de alto impacto.

A través del diagrama de VOSviewer, se concluye que, se observa la existencia de una relación significativa entre los autores, que han investigado sobre la satisfacción del cliente en las investigaciones analizadas.

Con el estudio bibliométrico en el este sector del turismo se ha proporcionado una nueva dimensión en la comprensión de la satisfacción del cliente y como buscar vías para lograr satisfacerlo.

El estudio bibliométrico permite establecer tendencias en la satisfacción del cliente en el sector del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Al Ababneh, M. (2013). Calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del turista. *nst. Interdiscip. Bus. Res.* 2013, 164-177.

Glänzel, W. (2003). *Bibliometrics as a research field. A course on theory and application of bibliometric indicators. Course handouts.*

Hernández González, E. A., Landrove Escalona, E. A., Mitjans Hernández, D., Fajardo Quesada, A., & Rivera López, S. d. (2023). Algunas métricas de los artículos sobre temas de cardiología. 62. Obtenido de https://rev16deabril.sld.cu/index.php/16_04/article/view/1745

Huamán de los Heros, C., & Calanchez Urribarri, Á. (2025). Calidad del servicio al cliente y exclusividad en la experiencia turística de lujo en Peru. *REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad"*, 5(1), 1-12.

Laguna García, M., & Palacios Picos, A. (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), 189-212.

Moral Muñoz, I., Herrera Viedma, E., Santisteban Espejo, A., & Cobo, M. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: El profesional de la información. 29(1). Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2>

Oliver, R. (1980). *Un modelo cognitivo de los antecedentes y consecuencias de las decisiones de satisfacción*.

Romaní, F., Huamaní, C., & González Alcaide, G. (2011). Estudios bibliométricos como línea de investigación en las ciencias biomédicas: una aproximación para el pregrado. *CIMEL Ciencia e Investigación Médica Estudiantil Latinoamericana*, 16(1), 52-62. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71723602008>

Moral Muñoz, I., Herrera Viedma, E., Santisteban Espejo, A., & Cobo, M. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: El profesional de la información. 29(1). Obtenido de <https://doi.org/10.3145/epi.2>

Ursache, M. (2015). Tourism – Significant Driver Shaping a Destinations Heritage. . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 130-137. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.348>

Vargas Leal, V. (2023). SPOC de Vigilancia tecnológica, cienciometría y bibliometría dirigido al personal bibliotecario miembro de UNIRED. *Universidad Autónoma de Bucaramanga UNAB*. Obtenido de <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/6662001>

Zupic, I., & Čater, T. (2014). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. Obtenido de <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>