

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Marketing turístico: desde una perspectiva bibliométrica en los deportes de aventura”

AUTOR:

Erick Daniel Guizado Toscano

TUTOR: Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

COTUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

AMBATO – ECUADOR

Febrero 2023



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marketing turístico: desde una perspectiva bibliométrica en los deportes de aventura**” presentado por el señor **Erick Daniel Guizado Toscano** para optar por el título de Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de febrero del 2023



Ing. Juan Carlos Castro Analuiza, PhD.

C.I. 020180176-8

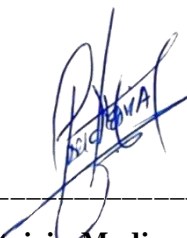
APROBACIÓN DEL COTUTOR

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

CERTIFICA:

En mi calidad de Cotutor del trabajo de titulación “**Marketing turístico: desde una perspectiva bibliométrica en los deportes de aventura**” presentado por el señor **Erick Daniel Guizado Toscano** para optar por el título de Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 3 de febrero del 2023

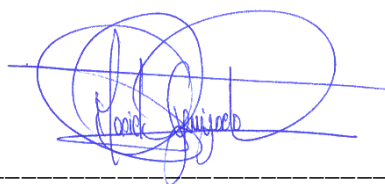


Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, PhD.

C.I. 180233327-6

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Erick Daniel Guizado Toscano**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Erick Daniel Guizado Toscano

C.I.1804896296

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. Víctor Hugo Córdova Aldás, PhD.

C.I. 180230156-2



Ing. Hernan Mauricio Quisimalín Santamaría, PhD.

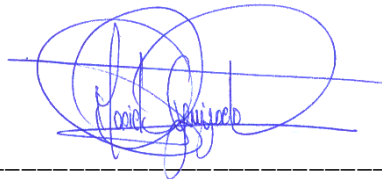
C.I. 180264389-8

Ambato, 3 de febrero del 2023

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Erick Daniel Guizado Toscano

C.I.1804896296

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación en Marketing Turístico y Deportes de Aventura cuenta con un apreciable número de artículos que han contextualizado la corriente doctrinal según los diferentes autores. Sin embargo, son escasos los estudios bibliométricos en las revistas científicas acerca de la temática abordada.

El objetivo de este estudio es llenar el vacío en la literatura mediante el análisis de documentos de investigación sobre marketing en el turismo de aventura. La importancia de este artículo radica en la evaluación de la producción científica entre los años 2016-2021; en las bases de datos Scopus, Web of Science (WoS), Taylor & Francis (T&F) y Science Direct (SD), a través del método bibliométrico se utilizó las herramientas Bibliomterix y PowerBI que permiten la identificación de los años, instituciones, revistas, autores, documentos citados, países y palabras clave con mayor participación en las divulgaciones científicas acerca del Marketing Turístico y Deportes de Aventura.

Para ello, se realizó un análisis descriptivo que consistió en la selección de 25 documentos extraídos mediante criterios de inclusión y exclusión de las bases Scopus, WoS, T&F y SD. Entre los resultados se observa que la WoS y T&F, concentran la mayor cantidad de publicaciones y gran parte de los documentos se encuentran publicados en la Journal of Sport & Tourism. El país con más publicaciones fue Estados Unidos.

Finalmente, en el seguimiento bibliográfico se evidencia que el campo de conocimiento presenta un crecimiento exponencial y resalta como oportunidad para el ingreso de nuevos autores, sin evidenciar saturación en la disciplina del turismo.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING, TURISMO, DEPORTES, AVENTURA, BIBLIOMÉTRICO.

ABSTRACT

The investigation of Touristic Marketing and Adventure Sports goes with special number of articles that has contain information of different authors. The objective of this study seeks to generate opinions and comments on the scope of marketing in tourism.

However, there are cases of studies bibliometric about the research of interviews about the theme. In this article the evaluation of the scientific product between the years 2016-2021; based on the information of Scopus, Web of Science (WoS), Taylor & Francis (T&F) y Science Direct (SD), through the bibliometric method, making use of the Bibliometrix and PowerBI tools, that allows the identification of the years, institutions, journal, authors most known, documents, countries, and keywords with most participation of scientific expansions of Marketing Touristic and Adventure Sports.

For that it gets done analysis of a description that contains a selective of 25 documents based on predefined criteria to include and exclude studies of Scopus, WoS, T&F y SD. In the results of the research WoS y T&F have mayor number of publications and the other part of the documents are published in that Journal of Sport & Tourism. The country with the greatest significant in publications of the United States.

Finally, in the research bibliographic the evidence of knowledge presents expansion of growing the opportunity of bringing authors without, evidence in the discipline of tourism.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, MARKETING, TOURISTIC, SPORTS, ADVENTURE, BIBLIOMETRIC.

ENLACE DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2200>