

EL MARKETING TURÍSTICO DIGITAL EN EL PERÍODO 2014-2018. BREVE ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO

Digital touristic marketing in the period 2014-2018. A Bibliometric Analysis

MsC. Victor Matos Carballosa¹, Dr.C. Olga Lidia Ortiz Pérez², Doc. Lisbeth Crespo Cuenca³

¹ Universidad de Holguín. Calle 28 No.7 entre 5 y Carretera de Gibara. Holguín. 24441505. vmcarballosa@yahoo.com

² Universidad de Holguín. Avenida XX Aniversario, Piedra Blanca, Holguín. 24482595 olgalortiz@gmail.com

³ Universidad Médica de Holguín, Ministerio de Salud Pública. Calle 28 No.7 entre 5 y Carretera de Gibara. Holguín. 24441505. lisbethcrespoc@gmail.com

Resumen

El análisis de las publicaciones científicas constituye un eslabón fundamental dentro del proceso de investigación. Se efectuó un estudio bibliométrico descriptivo y retrospectivo con el objetivo de evaluar el comportamiento bibliométrico de los artículos relacionados con el marketing turístico digital que aparecen en el sitio ScienceDirect entre los años 2014 y 2018. Los datos se procesaron en el gestor bibliográfico Endnote X7v17.0, se emplearon además los programas Publish or Perish v6.3, VOSviewer v1.6.8 y Microsoft Excel 2013. En total aparecen publicados 194 artículos por 544 autores en 46 revistas diferentes. El año 2018 fue el de mayor índice de producción científica, con 52 artículos, para un 26,80%. Las revistas más destacadas son Tourism Management y la International Journal of Hospitality Management; el promedio de autores por artículo es de 2.99. El autor más citado fue Ulrike Gretzel. El mapa de co-ocurrencia de las palabras claves ilustra dos clúster fundamentales.

Palabras claves: bibliometría, marketing turístico digital

Abstract

The analysis of scientific publications constitutes an important element of the research process. A bibliometric, descriptive and retrospective study was carried out with the objective of assessing the bibliometric behavior of the articles related to the digital touristic marketing found in ScienceDirect site between the years 2014 y 2018. Data was processed with the bibliographic manager Endnote X7v17.0, programs such as Publish or Perish v6.3, VOSviewer v1.6.8 and Microsoft Excel 2013 were also used. A total of 194 articles by 544 authors are found published in 46 different magazines. 2018 was the year with greatest index of scientific production with 52 articles which represents 26,80%. The most outstanding magazines are Management and the International Journal of Hospitality Management; the average of authors by article is 2.99. The most quoted author was Ulrike Gretzel. The map of co-occurrence of the key words illustrates two essential clusters.

Key words: bibliometry, digital touristic marketing

Introducción

La transformación digital que actualmente se presenta en los sectores industriales y servicios nos encamina hacia la cuarta revolución industrial, facilitada por la creciente infraestructura de soporte de Internet, así como las tecnologías asociadas, tales como: Cloud, Big Data, Internet de las Cosas (IoE), las ciudades inteligentes y las industrias 4.0 (Feierherd et al, 2018). La economía digital impacta a todos los sectores a nivel mundial, donde se transforman los modelos productivos con productos híbridos físicos-virtuales, todo lo cual conllevará a la desaparición de algunos puestos de trabajos tradicionales y el surgimiento de otros con perfiles de ciencia y tecnología (Lombardero Rodil, 2015).

En ese sentido aparece el marketing digital, el cual utiliza cualquier forma de plataforma interactiva o canal digital para conocer, alcanzar, informar, involucrar, adquirir, retener y relacionarse con los consumidores, clientes e interesados (De Pinedo, 2015). El internet se ha convertido en una herramienta esencial para el turismo, despierta el interés de las personas a viajar y experimentar diferentes lugares y culturas, al mismo tiempo permite buscar y comprar servicios y productos necesarios para el viaje (Melián-González & Bulchand-Gidumal, 2016).

El análisis de las publicaciones científicas constituye un eslabón fundamental dentro del proceso de investigación y por tanto, se ha convertido en una herramienta que permite calificar la calidad del proceso generador de conocimiento y el impacto de este proceso en el entorno (Patrón et al, 2014). La bibliometría es una sub-disciplina de la cienciometría y proporciona información sobre los resultados del proceso investigador, el volumen, la evolución, la visibilidad y la estructura. De esta manera se puede valorar la actividad científica, y el impacto tanto de la investigación como de las fuentes. Los indicadores bibliométricos se pueden clasificar en dos grandes grupos, los indicadores de actividad y los de impacto (Durán Sánchez et al, 2015).

Los indicadores de actividad visualizan el estado real de la ciencia y dentro de éstos se encuentran número y distribución de publicaciones, productividad, dispersión de las publicaciones, colaboración en las publicaciones, vida media de la citación o envejecimiento, conexiones entre autores, entre otros (Hall, 2011).

El marketing turístico digital posee un gran impacto en los consumidores de servicios y productos turísticos, y al mismo tiempo interviene en la toma de decisiones de los gestores de estos negocios (Majó et al, 2018). Se hace necesario realizar futuras investigaciones que permitan analizar los comentarios y opiniones online generados por los clientes que mejore su experiencia turística. Por lo que, el objetivo de la presente investigación es evaluar el comportamiento bibliométrico de los artículos relacionados con el marketing turístico digital que aparecen en el sitio ScienceDirect entre los años 2014 y 2018.

Desarrollo

1. Métodos

Se realizó un estudio bibliométrico descriptivo y retrospectivo, a través de la revisión de los artículos relacionados con el marketing turístico digital que aparecen en el sitio ScienceDirect (<https://www.sciencedirect.com>) desde el año 2014 al 2018. Se empleó además Google Académico para determinar el número de citas por autor. Para la recolección y procesamiento de los datos se descargaron los artículos en formato Ris.

Luego se procesaron los archivos en el gestor bibliográfico Endnote X7v17.0 para integrar todos los archivos obtenidos, eliminar duplicados y errores de búsqueda. Posteriormente a partir de este, se utilizaron los programas Publish or Perish v6.3, VOSviewer v1.6.8 y Microsoft Excel 2013; los cuales revelaron la producción científica del tema objeto de estudio, los autores, número de autores por artículo y temática de los mismos, la producción científica de cada uno de estos autores, las revistas en donde están publicadas, el GsRank (group spam rank), mapas de co-currencia y co-autoría entre otros.

2. Resultados y Discusión

La tabla 1 muestra la producción científica de artículos relacionados con el marketing turístico digital durante los años 2014 al 2018, en donde se evidencia que el 2018 fue el año de mayor índice de producción con un total de 52 artículos de un total de 194 para un 26,80%, le sucede el 2017 con un 25,22% y el año de menor producción fue el 2014 con solo un 11,32%.

Las tecnologías de la información y la comunicación según Gomes (2018) son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos. Se comprobó que son escasos los estudios bibliométricos relacionados con los temas turísticos en el mismo período estudiado. En cuanto a número de publicaciones científicas peruana sobre turismo en el período 2004 a 2014 Quiñones (2016) observa que los años más productivos fueron el 2008 y el 2013 con 7 publicaciones y el año menos productivo fue el 2006 en el cual no se publicó ningún documento en WoS ni en Scopus. Marinho (2016) obtuvo que la producción científica mundial en el área del turismo sufrió un incremento a partir del año 2011. Entre 2000 y 2010 las universidades catalanas (Corral & Cànoves 2016) muestran un aumento de la producción anual, donde el 61% de los artículos se publicó durante la segunda mitad del periodo.

Tabla 1. Producción científica de artículos relacionados con el marketing turístico digital durante los años 2014 al 2018.

Años	Producción Científica	%
2014	22	11.34
2015	39	20.10
2016	32	16.49
2017	49	25.26
2018	52	26.80
Total	194	100

La cantidad y los nombres de las revistas donde se publican artículos relacionados con el marketing turístico digital se muestra en la tabla 2. Aparecen publicados 194 artículos en 46 revistas diferentes. Al mismo tiempo se evidencia que Tourism Management es la revista con mayor número de publicaciones con un total de 50 artículos para un 25,7%. En la producción científica peruana (Quiñones et al 2016) y de las universidades catalanas (Corral & Cànoves 2016) también se erige la revista Tourism Management como una de las más productivas.

Le siguen entre las revistas más destacadas la International Journal of Hospitality Management, Journal of Destination Marketing & Management, Annals of Tourism Research y Tourism Management Perspectives; las cuales representan el 53,61% del total de los artículos publicados. Por otra parte se ilustra que 24 revistas solo tienen 1 sola publicación del tema objeto de estudio, 7 revistas con 2 publicaciones, 3 revistas con 3 y 12 revistas con más de 3 publicaciones.

Tabla 2. Cantidad y nombre de las revistas en donde aparecen artículos relacionados con el marketing turístico digital

No	Fuente	Artículos	%
1	Tourism Management	50	25.7
2	International Journal of Hospitality Management	15	7.73
3	Journal of Destination Marketing & Management	14	7.22
4	Annals of Tourism Research	13	6.70
5	Tourism Management Perspectives	12	6.19
6	Procedia - Social and Behavioral Sciences	10	5.15
7	Information & Management	7	3.61
8	Computers in Human Behavior	6	3.09
9	Journal of Retailing and Consumer Services	6	3.09
10	Journal of Hospitality and Tourism Management	5	2.58
11	Procedia Computer Science	5	2.58
12	Procedia Economics and Finance	4	2.06
13	Electronic Commerce Research and Applications	3	1.55
14	Journal of Rural Studies	3	1.55
15	Technological Forecasting and Social Change	3	1.55
16	Geoforum	2	1.03
17	Journal of Business Research	2	1.03
18	Journal of Interactive Marketing	2	1.03
19	Knowledge-Based Systems	2	1.03
20	Spanish Journal of Marketing - ESIC	2	1.03
21	Sport Management Review	2	1.03
22	Telematics and Informatics	2	1.03
23	Current Opinion in Behavioral Sciences	1	0.52
24	Discourse, Context & Media	1	0.52
25	Energy	1	0.52
26	Expert Systems with Applications	1	0.52
27	Frontiers of Architectural Research	1	0.52
28	Health & Place	1	0.52
29	IFAC-PapersOnLine	1	0.52
30	Information Processing & Management	1	0.52
31	International Business Review	1	0.52
32	Journal of Computational Science	1	0.52
33	Journal of Environmental Management	1	0.52
34	Journal of Outdoor Recreation and Tourism	1	0.52

35	Journal of Parallel and Distributed Computing	1	0.52
36	Landscape and Urban Planning	1	0.52
37	Pervasive and Mobile Computing	1	0.52
38	Science of The Total Environment	1	0.52
39	Social Science & Medicine	1	0.52
40	Socio-Economic Planning Sciences	1	0.52
41	Technology in Society	1	0.52
42	The Changing Role of the Human Resource Profession in the Asia Pacific Region	1	0.52
43	The Extractive Industries and Society	1	0.52
44	The Social Science Journal	1	0.52
45	Transportation Research Procedia	1	0.52
46	Wine Economics and Policy	1	0.52
Total		194	100

La producción científica del tema objeto de estudio evidencia que de un total de 544 autores en el período estudiado para 194 artículos publicadas en 46 revistas, el 95.77% de los autores posee al menos 1 artículo y que solo el 0,55% de los autores poseen 3 publicaciones. (Tabla 3) Este resultado difiere de Marinho (2016) quien obtuvo que el 21,4% de las publicaciones cuenta con un solo autor y el mayor porcentaje 42,3% lo representan las investigaciones con dos autores.

Tabla 3. Autores más citados según sexo y cantidad de publicaciones.

Autores	Sexo	Publicaciones	Cantidad de Citas
Ulrike Gretzel	F	3	11612
Heikki Karjaluoto	M	3	8480
Choong-Ki Lee	M	2	6031
Hannes Werthner	M	2	5374
Chun-Hung Chen	M	2	3428
Chulmo Koo	M	3	2095
David Martín-Consuegra	M	2	1419
Giacomo Del Chiappa	M	2	1321
Carlos Lamsfus	M	2	730
Dandison C. Ukpabi,	M	2	46

La tabla 4 muestra la producción científica de los diez autores más citados según Google Académico. Se evidencia a Ulrike Gretzel con el mayor número de citas y 3 artículos, al mismo tiempo es la única mujer dentro de este grupo de autores.

En cuanto a la cifra de coautoría de los trabajos publicados por los autores prolíficos españoles López Bonilla (2018) obtuvo una media de 2,86 autores por artículo.

Tabla 4. Diez autores más citados por Google Académico, sexo y publicaciones

Cantidad de Publicaciones	Autores	%
3	3	0.55
2	20	3.68
1	521	95.77
Total	544	100

La figura 1 muestra el mapa de co-ocurrencia de las palabras claves presentes en el título y resumen de los artículos la cual ilustra dos clúster fundamentales de palabras el I grupo conformado por: turismo, desempeño, tecnología, papel, lugar y desarrollo; el II clúster está integrado por: consumidores, comportamiento, efecto, comentarios online, eWoM, intención y usuarios.

Se evidencia que en los artículos objetos de estudio existe relación entre estos dos conglomerados, se percibe que la producción científica se direcciona hacia el efecto, consumidores, usuarios, eWoM todos vinculados con el turismo.

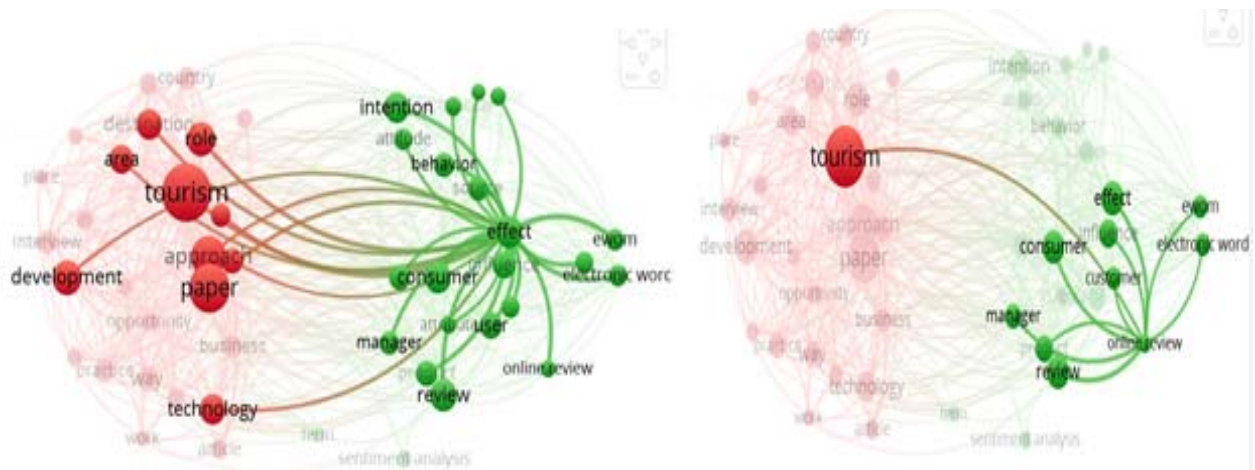


Figura 1. Mapa de co-ocurrencia de las palabras claves presentes en el título y resumen de los artículos. VOSviewer v1.6.8

Conclusiones

1. Los artículos relacionados con el marketing turístico digital insertados en ScienceDirect durante los años 2014 y 2018 está conformado principalmente por 194 publicaciones de 46 revistas.
2. La producción científica está conformada por 544 autores, en donde solo 22 poseen 2 o 3 publicaciones.
3. Cinco revistas controlan más de la mitad de los artículos publicados, siendo Tourism Management la de mayor número de publicaciones.
4. El mapa de co-ocurrencia de las palabras claves presentes en el título y resumen de los artículos ilustra dos clúster fundamentales.

Referencias bibliográficas

- Corral Marfil, J., Cànoves Valiente, G. (2013). La investigación turística publicada en revistas turísticas y no turísticas: análisis bibliométrico de la producción de las universidades catalanas. *Cuadernos De Turismo*, (31), 55-81. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/17074>
- De Pinedo, I. (2015). La reputación corporativa digital. Propuesta metodológica de un modelo de medición. Tesis Doctoral. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/40823/1/T38254.pdf>
- Durán Sánchez, A., Álvarez García, J., De la Cruz del Río Rama M. (2015) La investigación en turismo activo: Revisión bibliográfica (1975-2013). *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, 8 (1), 2015: Actividades turístico-recreativas en el espacio rural. Disponible en: <http://revistas.udc.es/index.php/rotur/article/view/1296>
- Feierherd, G., Depetris B., Huertas F., González F., Romano L., Viera L., Horas F., Delía L. (2018): Realidad Virtual y Aumentada, Big Data y Dispositivos Móviles: Aplicaciones en Turismo. XX Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación. RedUNCI – UNNE, pp. 848-853. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/68032>
- Gomes, E. L., Moscardi, E. H., Pinto, M. J. A., & Nakatani, M. S. (2018). Las relaciones entre la información turística y las tecnologías de la información y la comunicación: Análisis de publicaciones científicas en revistas latinoamericanas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(3), 569-587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757123006>
- 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. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/223474752_Publish_and_perish_Bibliometric_analysis_journal_ranking_and_the_assessment_of_research_quality_in_tourism
- Lombardero Rodil, José Luis (2015). Problemas y retos de gestión empresarial en la economía digital: estudio comparado y sistémico de competencias directivas. Tesis Doctoral del Programa de Doctorado de Economía, Finanzas y Empresa. Departamento de Economía y Empresa. Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas. Universidad Camilo José Cela. Madrid. España. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/tesis/44986.pdf>
- López Bonilla, JM., Granados Perea, C., López Bonilla, LM. (2018). Autores prolíficos líderes en la investigación turística española. *Transinformação*, 30(1), 39-50. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.1590/2318-0889201800010000>
- Majó Joaquim, Moya D, Vall-Ilosera, L. (2018). Impacto de las redes sociales en los ingresos de los hoteles en Colombia, Ecuador y Perú. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 26 (2), Junio 2018, 147-162. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/320996446_Impacto_de_las_redes_sociales_en_los_ingresos_de_los_hoteles_en_Colombia_Ecuador_y_Peru

- Melián-González, S., Bulchand-Gidumal, J. (2016). A model that connects information technology and hotel performance. *Tourism Management* 53 (2016) 30-37. Disponible en: <https://paperdownload.me/wp-content/uploads/2017/08/1722-model-connects-information-technology-hotel-performance.pdf>
- Marinho, A. C. X. (2016). A produção científica mundial na área de turismo e eventos no período de 1989 a 2015: estudo bibliométrico. Trabalho para obtenção do título de Bacharel em Turismo. Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Turismo e Hotelaria. Disponible en: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/2158/1/384%20-%20Ana%20Cl%C3%A1udia%20Marinho.pdf>
- Patrón Carina, López Jordi, MC, Piovesan S, Demaría, B. (2014). Análisis bibliométrico de la producción científica de la revista *Odontoestomatología*. *Odontoestomatología*, 16(23), 34-43. Disponible en: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-93392014000100005&lng=es&tlng=es.
- Quiñones Gómez, M. (2016) Análisis bibliométrico de la producción científica peruana sobre turismo indexada en Web of Science y Scopus en el periodo 2004-2014. Universidad San Ignacio de Loyola. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo. Disponible en: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3627/1/2016_QUI%C3%B1onez-Gomez.pdf