



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

Año: XII Número: 1 Artículo no.:40 Período: 1 de septiembre al 31 de diciembre del 2024

TÍTULO: mktDescubre: panorámica de sus publicaciones en el periodo 2016 – 2023.

AUTORES:

1. Máster. Patricio Medina-Chicaiza.
2. Pas. Dennise Betzabé Ballesteros-Ruiz.

RESUMEN: El presente estudio explora el análisis de temáticas de revisión científica con el empleo de la metodología del análisis bibliométrico. Este estudio destaca la importancia de la colaboración en la investigación como factor determinante para el incremento de las publicaciones. Los resultados obtenidos revelan una tendencia decreciente en el número de publicaciones dentro de la revista mktDescubre durante el período analizado. A pesar de esta disminución, las áreas de gestión del marketing, gestión empresarial, gestión financiera contable y gestión social educativa se consolidan como las que lideran la producción científica en la revista.

PALABRAS CLAVES: gestión, autores, publicación científica, artículos.

TITLE: mktDiscover: overview of its publications in the period 2016 – 2023.

AUTHORS:

1. Master. Patricio Medina-Chicaiza.
2. Intern. Dennise Betzabé Ballesteros-Ruiz.

ABSTRACT: The present study explores the analysis of scientific review topics using the methodology of bibliometric analysis. This study highlights the importance of collaboration in research as a determining factor for the increase in publications. The results obtained reveal a decreasing trend in the number of publications within the mktDiscover journal during the analyzed period. Despite this decrease, the areas of marketing management, business management, financial accounting

management and educational social management are consolidated as those that lead the scientific production in the journal.

KEY WORDS: management, authors, scientific publication, articles.

INTRODUCCIÓN.

mktDescubre es una revista que pertenece a la Facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) ubicada en Riobamba, Ecuador, la cual publica artículos científicos de acceso abierto dos veces al año, en diciembre y junio. Su objetivo es fomentar el conocimiento en dirección empresarial y marketing, con el propósito de beneficiar a la academia, empresas y científicos.

La revista invita a los autores a contribuir con sus investigaciones en cada convocatoria. Esta convergencia busca abordar la enseñanza de las ciencias de forma integral y efectiva. Se resalta la contribución de los autores, Hernández & González (2023) al dar a conocer que la divulgación del conocimiento científico juega un papel crucial en la conexión entre la ciencia y la sociedad. Permite que los ciudadanos comprendan los avances científicos y cómo estos impactan sus vidas al promover el empleo de la bibliometría (Escorcía, 2008; González Polo & García Campuzano, 2008); es así, que Filippo & Fernández (2019) comprenden que los indicadores bibliométricos son herramientas útiles para evaluar la producción científica a gran escala, pero no son adecuados para valorar el trabajo de investigadores individuales en comunidades pequeñas.

En ese contexto, para Solano, Castellanos, López, & Hernández (2009), la bibliometría es una herramienta que mide indicadores tales como son:

- 1) Productividad de las publicaciones.
- 2) Productividad de los autores.
- 3) Productividad por instituciones editoras y lugares de edición.
- 4) Análisis de la producción por su temática, entre otros.

El análisis de publicaciones ha cobrado gran importancia para el estudio de la actividad científica y tecnológica (Roque, Muñoz, Contreras, León, & Hernández, 2023). Esta área, conocida como bibliometría, ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años (Estrella & Bravo, 2019). En definitiva el objetivo de este estudio es realizar un análisis bibliométrico para explorar la evolución de la panorámica de publicaciones en la revista mktDescubre durante el periodo 2016-2023, con el fin de obtener información valiosa sobre las tendencias, los autores más prolíficos y el impacto de la revista.

Se espera, que este estudio aporte información que permita conocer su estado y así tomar decisiones con respecto a la mejora de bases de datos de sitios en los que se encuentra indexada.

DESARROLLO.

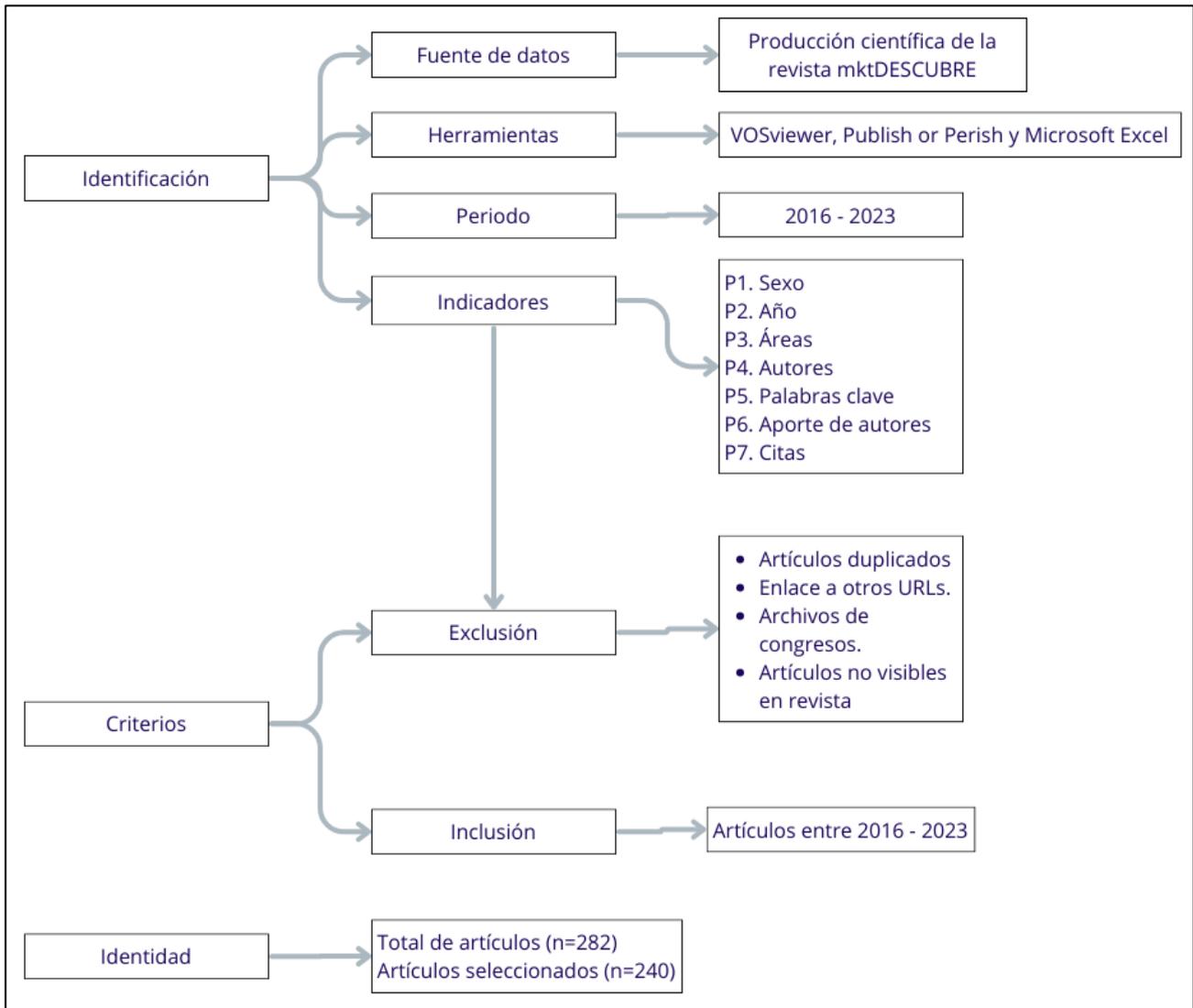
Metodología.

Este trabajo se basa en un estudio bibliométrico descriptivo-retrospectivo, una metodología rigurosa que permite profundizar en la producción científica existente sobre el tema de investigación, lo que significa que se centra en la identificación, sistematización y análisis de la información existente sobre el tema propuesto (Romaní, Huamaní, & González, 2011; López, Calderón, & Mora, 2022).

Esta investigación se fundamenta principalmente en datos extraídos de la revista científica mktDescubre, editada por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en Riobamba, Ecuador, desde el año 2016.

La selección de esta fuente se justifica por su valioso aporte al desarrollo de las Ciencias Administrativas, contribuyendo al incremento de la calidad científica y académica de la disciplina, proporcionando información relevante para otras áreas científicas y fortaleciendo el conocimiento gracias a la labor de investigadores (estudiantes, docentes y profesionales).

Gráfico 1. Proceso Análisis Bibliométrico.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 1 indica el análisis bibliométrico de la producción científica de la revista mktDescubre en el período comprendido entre los años 2016 y 2023. Se utilizaron herramientas como VOSviewer, Publish or Perish y Microsoft Excel para analizar los datos. Se definieron indicadores específicos y se evaluaron un total de 240 documentos que cumplían con los criterios establecidos.

Como punto de partida, el tema de investigación, la bibliometría como herramienta de análisis cuantitativo de la producción científica, ofrece una valiosa perspectiva para comprender el funcionamiento de un sistema investigativo, identificar sus fortalezas y debilidades, y tomar decisiones informadas para su mejora continua (Escorcía, 2008; López & Medina 2024).

El empleo de técnicas bibliométricas permite obtener una visión general del rendimiento y el impacto de la actividad científica en una región específica. Esta información objetiva sirve como punto de comparación para evaluar las diferencias en la productividad de las distintas áreas científicas y su contribución al desarrollo. Angarita (2014) indica, que esto facilita la toma de decisiones al momento de establecer políticas o asignar recursos a líneas de investigación, la selección por parte de los investigadores de revistas de alto impacto para publicar sus estudios, y el apoyo a especialidades con menor productividad (Dávila, y otros, 2009).

La tabla 1 muestra que herramientas y métodos más utilizados en los artículos de análisis bibliométrico son Scopus, Web of Science, Excel, la metodología cuantitativa y la metodología exploratoria. Estas herramientas y métodos permiten a los investigadores recopilar, analizar y comprender los datos bibliométricos de forma eficiente.

Tabla 1. Estudios bibliométricos por autores.

Autor-Año	Título	Herramientas	Metodología
(Angarita, 2014)	Estudio bibliométrico sobre uso de métodos y técnicas cualitativas en investigación publicada en bases de datos de uso común entre el 2011-2013	EBSCOhost, Scopus, SpringerLink, SciELO	Análisis cualitativo
(Cuevas, Sánchez, & Matosas, 2019)	Análisis bibliométrico de estudios sobre la estrategia de contenidos de marca en los medios sociales	WoS	Descriptivo, longitudinal, retrospectivo y univariado
(Rodríguez & Reynoso, 2020)	Análisis bibliométrico de los factores críticos de éxito para la gestión estratégica de las PyMES.	Scopus, Analytics de Excel	Cuantitativo
(Gaviria, 2021)	Bibliometría y empresa. Un reto para los investigadores.	WoS	Cuantitativo
(Garzón & Sánchez, 2022)	Bibliometric analysis of the scientific production on neuromarketing in Scopus.	Scopus	Deductiva-inductiva

(Malpica & Castro, 2022)	Efectos de la innovación en el desempeño financiero de las organizaciones: Indicadores bibliométricos y tendencias temáticas.	Bibliometrix y VosViewer	Cuantitativo
(Maz, Tzima, Gutiérrez, & Rodríguez, 2022)	Análisis bibliométrico de las revistas latinoamericanas de Business, Management and Accounting en SCOPUS	Scopus	Enfoque exploratorio y descriptivo
(Sailema & Vargas, 2022)	Bibliometric and contextual analysis of the scientific production of sensory marketing	Scopus	Descriptivo
(Arias, y otros, 2023)	La ciencia al servicio de la salud y la nutrición: productividad científica del 2017 al 2023	VOSviewer, Publish or Perish, Microsoft Excel	Descriptivo-retrospectivo
(Guizado & Castro, 2023)	Tourism Marketing: from a bibliometric perspective in adventure sports	Scopus, WoS, Taylor & Francis, Science Direct (SD), Bibliometrix y PowerBI	Descriptivo
(López & Medina, 2024)	Bibliometric analysis of the scientific production on Data Lake	WoS	Cuantitativo
(Reina, 2024)	Un análisis bibliométrico de evaluaciones de calidad de datos en sistemas de gestión académica	Scopus, VOSviewer y Bibliometrix	Cuantitativo
(Vega, Chávez, & Chávez, 2024)	Aplicación del análisis bibliométrico en la investigación sobre empresas familiares: una estrategia analítica	Scopus de Elsevier	Cuantitativo

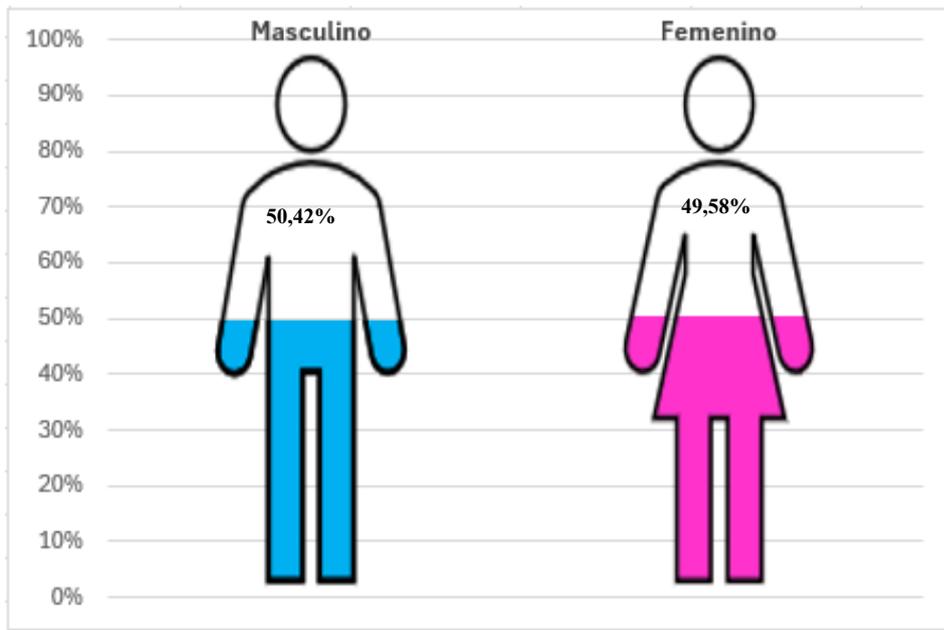
Fuente: elaboración propia.

A continuación se detallan los resultados obtenidos en base a indicadores, tales como: sexo, año de publicación, áreas de investigación, palabras clave, entre otros.

P1: ¿Cómo se distribuye la productividad científica entre autores de diferente sexo?

El gráfico 2 expone la producción científica, que se encuentra casi dividida equitativamente entre hombres y mujeres, con una leve ventaja para los hombres (50,42% frente al 49,58%). Lo que evidencia el compromiso investigativo en ambos sexos e indica que la brecha entre estos, en la producción científica en este campo determinado es mínima.

Gráfico 2. Sexo por artículo.



Fuente: elaboración propia.

P2. ¿Cómo se han distribuido las publicaciones científicas por año en las últimas décadas?

En el marco de análisis entre los años 2016 a 2023, la producción científica ha aumentado constantemente desde 2016, con un pico creciente en el año 2020 con 86 artículos (36.44%). Se observa un período de crecimiento rápido entre los años 2017, 2018 y 2019 con 3,14 y 24 publicaciones, en los demás años el crecimiento ha sido más lento o incluso ha habido un ligero descenso entre los años 2021, 2022 y 2023 con 46, 31 y 21 artículos respectivamente. La producción científica ha experimentado un crecimiento constante desde el año 2016, con un pico en el 2020, y se observó un período de rápido crecimiento entre los años 2017 y 2019, seguido de un crecimiento moderado o un ligero descenso en los años posteriores.

Gráfico 3. Publicaciones por año.



Fuente: elaboración propia.

P3: ¿En qué áreas se encuentra la mayor cantidad de publicaciones de artículos?

mktDescubre publica artículos en las áreas de: gestión artística y cultural, gestión de la tecnología educativa, gestión del marketing, gestión del transporte, gestión empresarial, gestión financiera contable, y gestión social educativa; por tanto, las áreas de Gestión del marketing, Gestión empresarial y Gestión financiera contable son las que tienen mayor producción científica con 28,33%, 26,25% y 15,00% respectivamente; mismo que propone que estas áreas son consideradas importantes para el desarrollo del conocimiento y la innovación en el campo.

Si bien la revista se enfoca en el área de marketing, solo 8 artículos abordan específicamente el marketing digital. Este hallazgo sugiere una brecha en la cobertura de la revista sobre un tema cada vez más relevante en el panorama actual; mientras que por el contrario, las áreas de Gestión social educativa, Gestión artística y cultural, Gestión de la tecnología educativa y Gestión del transporte tienen una producción científica menor.

Tabla 1. Tipo de publicación.

Artículo	Cantidad	%
Gestión del marketing	68	28,33%
Gestión empresarial	63	26,25%
Gestión financiera contable	36	15,00%
Gestión social educativa	30	12,50%
Gestión artística y cultural	15	6,25%
Gestión de la tecnología educativa	14	5,83%
Gestión del transporte	14	5,83%
TOTAL	240	100%

Fuente: elaboración propia.

P4: ¿Cuántos autores colaboran en promedio en cada publicación científica?

Con respecto a la tabla 2, el número de autores por cada publicación predomina el 38,75% que son publicados por 3 autores. Le siguen los artículos publicados por 4 autores (32,92%), y a pesar del auge de la colaboración, un 16,25% de las publicaciones aún son realizadas por 2 autores. La tendencia sugiere que la colaboración en investigación es cada vez más importante, puesto a que la no colaboración investigativa indica una disminución en las publicaciones, como lo es en este caso con 1 autor (12,08%); el aumento de las colaborativas entre tres o más autores pone de manifiesto la necesidad de trabajar en equipo para afrontar desafíos actuales y generar conocimiento de mayor impacto.

Tabla 2. Número de autores por artículo.

Autores	Artículos	%
1	29	12,08%
2	39	16,25%
3	93	38,75%
4	79	32,92%
TOTAL	240	100%

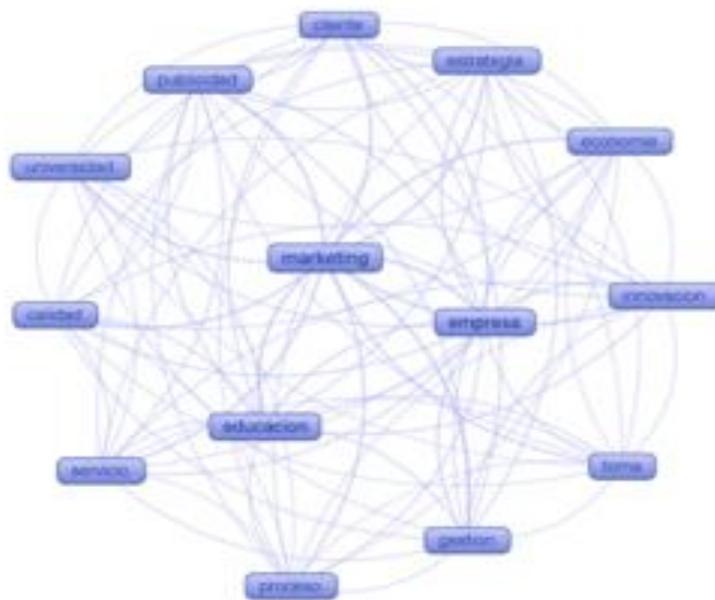
Fuente: elaboración propia.

P5: ¿Cuáles son las palabras clave más frecuentes con respecto a las publicaciones?

Con respecto a la trama de co-palabras o co-ocurrencia de las palabras clave, la Figura 3 muestra una red de palabras clave relacionadas con el marketing. Las palabras clave más comunes son “marketing” (22), “empresa” (11), “estrategia” (9), “gestión” (8), “innovación” (8), “calidad” (7) y “proceso” (6). Estas palabras clave se asocian con diferentes aspectos del marketing, como la planificación y ejecución de estrategias de marketing, la gestión de relaciones con los clientes, el desarrollo de productos y servicios innovadores, y la medición del rendimiento del marketing.

Figura 3. Palabras clave en publicaciones.

Selected	Term	Occurrences	Relevance
<input checked="" type="checkbox"/>	marketing	22	6.69
<input checked="" type="checkbox"/>	empresa	11	1.24
<input checked="" type="checkbox"/>	educacion	9	0.77
<input checked="" type="checkbox"/>	estrategia	8	0.59
<input checked="" type="checkbox"/>	gestion	8	0.59
<input checked="" type="checkbox"/>	innovacion	8	0.59
<input checked="" type="checkbox"/>	cliente	8	0.59
<input checked="" type="checkbox"/>	publicidad	8	0.59
<input checked="" type="checkbox"/>	servicio	7	0.45
<input checked="" type="checkbox"/>	calidad	7	0.45
<input checked="" type="checkbox"/>	economia	7	0.45
<input checked="" type="checkbox"/>	universidad	6	0.34
<input checked="" type="checkbox"/>	toma	6	0.34
<input checked="" type="checkbox"/>	proceso	6	0.34



P6: ¿Cuál es el aporte de los autores en relación con la cantidad de publicaciones?

Se observa que la distribución de las publicaciones no es uniforme. La mayoría de los autores tienen 3 o menos publicaciones (10 autores), mientras que un pequeño grupo de autores tiene 4 que corresponde a: William Aguilar Gálvez, Jessica Barreto Bonilla, Luz Vallejo Chávez, Mariana Isabel Puente Riofrío, Freddy Palacios Shinin, Edison Damián Cabezas Mejía y Felipe Andrade Montalvo; mientras que el único autor que cuenta con 5 publicaciones es Lorenzo Bonisoli.

Figura 4. Aporte de autores.



Fuente: elaboración propia.

P7: ¿Qué artículos tienen más citas?

De acuerdo con los 3 artículos más citados, se muestra que el artículo mktD₁ posee 305 citas que representan el 43,57%, seguido de mktD₂ con 27 citaciones (5,4%) y mktD₃ con 23 (7,67%) donde sobresale un índice $h > 100$ (métrica que mide la productividad e impacto de un autor respecto a las citas de su publicación) (BUH, 2024), lo que influye en la valoración del trabajo de los investigadores.

Tabla 3. Ranking artículos más citados.

	Cites	Per year	Rank	Authors	Title	
<input checked="" type="checkbox"/>	h	305	43.57	3	JV Tuapanta Dacto, MA Duque V...	Alfa de Cronbach para validar un cuestionario de uso de TIC en Docentes Universitarios.
<input checked="" type="checkbox"/>	h	27	5.40	79	PD Duque, DS Duque, DV Jarrín	Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos
<input checked="" type="checkbox"/>	h	23	7.67	77	JB Aguilar Poaquiza, VG Avalos ...	Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola
<input checked="" type="checkbox"/>	h	16	2.67	5	CA Villa Maura, DE Vargas Ulloa, ...	La eficiencia del gasto público del sistema de educación superior en el Ecuador.
<input checked="" type="checkbox"/>	h	15	2.50	2	LA Viltard, MN Acebo	Corporate culture: a key to stimulate innovation
<input checked="" type="checkbox"/>	h	13	2.17	42	MHM Páez	Importancia de la gestión sostenible en las empresas del siglo XXI
<input checked="" type="checkbox"/>	h	11	1.57	75	JM Paris, LA Viltard	Innovación Y Creación De Valor Compartido (CVC): Romper con la lógica de ciertos mercados y pensar en el largo p
<input checked="" type="checkbox"/>		8	1.14	43	RR Moreno Pallares, SR Moreno ...	Mejoramiento de la productividad, a través de un estudio de tiempos del trabajo.
<input checked="" type="checkbox"/>		7	1.00	9	MI Uvidia Fassler, AS Cisneros B...	Minería de datos de la evaluación integral del desempeño académico de la Unidad de Nivelación.
<input checked="" type="checkbox"/>		7	1.17	10	MEC Rivera, IFP Chiriboga, APS I...	Estrategias de fidelización de clientes para el servicio de internet
<input checked="" type="checkbox"/>		6	0.86	16	MAG Sagñay, IPA González, RVC...	La competitividad en las pymes ecuatorianas basado en la innovación tecnológica
<input checked="" type="checkbox"/>		6	1.00	17	CLH Enríquez, LAM Muñoz, JCC ...	Marca ciudad: revisión sistemática desde el hexágono de Anholt

Ranking	1	2	3
Código	mktD ₁	mktD ₂	mktD ₃

Fuente: elaboración propia.

P8: ¿De qué institución de filiación provienen los autores más productivos de la revista?

La figura 5 analiza la afiliación institucional de los autores que han publicado en la revista. La ESPOCH destaca con el mayor porcentaje de autores, alcanzando el 49,35%. A continuación, se encuentran la Universidad Técnica de Machala y Universidad Técnica de Chimborazo con 6,03% y 4,45% respectivamente: contiguo de autores independientes (3,59%); no obstante, mktDescubre presenta un alto nivel de endogamia con el 49,35%, y por ende, la gestión editorial de la revista debe mejorar para reducir un rango ideal que sería entre el 0 a 20% o 25% como lo sugieren los autores (Lozano, et.al., 2021).

Figura 1. Filiación de autores.



Fuente: elaboración propia.

Alternativas de mejora para la posición de revista científicas.

A continuación, se presentan pautas a considerar en la visibilidad de revistas científicas:

Publicación de Artículos de Alta Calidad:

- Fomenta la presentación de artículos de alta calidad científica mediante un riguroso proceso de revisión por pares.
- Invita a investigadores destacados y líderes de opinión en el campo para contribuir con artículos de revisión y estudios innovadores.

Colaboración Internacional:

- Establece colaboraciones con universidades y centros de investigación de prestigio a nivel internacional para aumentar la visibilidad y la credibilidad.
- Organiza conferencias, seminarios *web*, y talleres internacionales en colaboración con instituciones reconocidas.

Indexación en Bases de datos reconocidas:

- Asegura que la revista esté indexada en bases de datos científicas reconocidas como Scopus, Web of Science, PubMed, entre otras.
- Realiza los trámites necesarios y cumple con los criterios exigidos por estas bases de datos.

Mejora de la Plataforma Digital:

- Optimiza la plataforma digital de la revista para una mejor experiencia del usuario, asegurando una navegación intuitiva y acceso fácil a los artículos.
- Implementa herramientas de SEO (optimización para motores de búsqueda) para mejorar la visibilidad en línea.

Promoción en Redes Sociales y Medios Digitales:

- Utiliza redes sociales y otras plataformas digitales para promover los artículos publicados y atraer a una audiencia más amplia.
- Publica resúmenes gráficos y visualizaciones de datos atractivas para captar la atención de los usuarios.

Impulso de Citas y Métricas de Impacto:

- Promueve la citación de artículos de la revista mediante estrategias de marketing dirigidas a investigadores y académicos.
- Utiliza métricas alternativas (Altmetrics) para medir el impacto y la influencia de los artículos en redes sociales, noticias y otros medios.

Ediciones Temáticas y Monográficos:

- Publica números especiales o monográficos sobre temas de actualidad y alta relevancia científica.
- Invita a editores invitados reconocidos en el campo para coordinar estas ediciones especiales.

Formación y Apoyo a Autores:

- Ofrece talleres y recursos en línea para ayudar a los autores a mejorar la calidad de sus manuscritos y comprender el proceso de publicación.
- Proporciona guías detalladas sobre cómo preparar manuscritos, cómo responder a revisiones, y cómo mejorar la visibilidad de sus artículos.

Transparencia y Ética Editorial:

- Mantén una política de transparencia y ética editorial clara, asegurando la integridad de los procesos de revisión y publicación.
- Adopta y promueve las directrices y mejores prácticas de organizaciones como COPE (Committee on Publication Ethics).

CONCLUSIONES.

En el análisis bibliométrico de la producción científica de la revista mktDescubre, los autores provenían principalmente de universidades y centros de investigación de Ecuador y otros países de América Latina. Las áreas con mayor producción científica son Gestión del marketing (28.33%), Gestión empresarial (26.25%) y Gestión financiera contable (15.00%). Si bien la revista se enfoca en el marketing, solo 8 artículos abordan específicamente el marketing digital.

La participación equitativa de hombres y mujeres en la investigación es un aspecto destacable, ya que evidencia un compromiso genuino con la igualdad entre hombres y mujeres en el campo científico.

Esta equidad en la producción científica es un claro indicador de que la brecha del sexo en este campo se está reduciendo, lo que representa un avance significativo hacia una comunidad científica más inclusiva y diversa.

El análisis de un total de 240 artículos publicados en la revista mktDescubre entre los años 2016 y 2023 reveló un alto nivel de endogamia, lo que implica que una proporción significativa de las publicaciones fueron escritas por autores de la misma institución (ESPOCH). La endogamia puede tener un impacto negativo en la calidad de las publicaciones científicas.

Agradecimiento.

Este artículo es derivado del proyecto de investigación titulado “Innovación en la Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato”, aprobado mediante resolución Nro. UTA-CONIN-2023-0373-R por la DIDE de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Angarita, L. D. (2014). Estudio bibliométrico sobre uso de métodos y técnicas cualitativas en investigación publicada en bases de datos de uso común entre el 2011-2013. *Iberoamericana de Psicología: Ciencia y tecnología*, 7(2), 67-76.
2. Arias, A., Lascano, C., Quintana, E., Medina, A., Medina, E., & Medina, P. (2023). La ciencia al servicio de la salud y la nutrición: Productividad científica del 2017 al 2023. *Conocimiento global*, 1-13.
3. BUH, G. d. (22 de enero de 2024). Evaluación de la investigación: Índice h. Obtenido de <https://guiasbuh.uhu.es/c.php?g=655120&p=4605523>
4. Cuevas, E., Sánchez, M., & Matosas, L. (2019). Análisis bibliométrico de estudios sobre la estrategia de contenidos de marca en los medios sociales. *Comunicación y Sociedad*, 7(2), 1-25. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5151658.pdf>

5. Dávila, M., Guzmán, R., Macareno, H., Piñeres, D., de-la-Rosa, D., & Caballero-Uribe, C. V. (2009). Bibliometría: conceptos y utilidades para el estudio médico y la formación profesional. *Salud uninorte*, 319-330. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/sun/v25n2/v25n2a11.pdf>
6. Escorcía, T. A. (2008). El análisis bibliométrico como herramienta para el seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado. Pontificia Universidad Javeriana , 61.
7. Estrella, N., & Bravo, X. L. (2019). Análisis bibliométrico de los trabajos de titulación de ocho universidades de Pichincha, Napo y Orellana (Ecuador). *Revista digital*. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1720/2494>
8. Filippo, D. d., & Fernández, M. T. (2019). Bibliometría: Importancia de los indicadores bibliométricos. *RICYT*, 10.
9. Garzón, S., & Sánchez, A. M. (2022). Bibliometric analysis of the scientific production on neuromarketing in Scopus. *SATHIRI Sembrador*, 173-181.
10. Gaviria, M. (2021). Bibliometría y empresa. Un reto para los investigadores. *Inquietud Empresarial*, 21(1), I-III.
11. González Polo, M., & García Campuzano, L. (2008). Estudio bibliométrico sobre la comunicación científica en los trabajos del evento provincial Pedagogía 2001 de Guantánamo. Ponencia presentada en VI Taller de Bibliotecas Universitarias de Iberoamérica (págs. 27:237-267). La Habana: DICT.
12. González, F. M. (2007). Seminario Doctoral:Inducción al proceso de Formación Doctoral. En materia-les para Seminario. Doctorado en Planificación y Gestión del Desarrollo Regional. Obtenido de Universidad del Zulia, Falcon, Venezuela.
13. Guizado, E. D., & Castro, J. C. (2023). Tourism Marketing: from a bibliometric perspective in adventure sports. *Research Journal*, 1-21.
14. Hernández, A. d., & González, M. G. (2023). Las revistas científicas: principal vía de socialización de los resultados de investigación. *Referencia Pedagógica*, 232.
15. Hessen, J. (1995). *Teoría del Conocimiento*. Editorial Panamericana, 120.

16. López, C. E., Calderón, L. D., & Mora, M. F. (2022). La internacionalización de servicios: análisis bibliométrico y revisión sistemática de la literatura entre 2000 y 2021. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 145-164.
17. López, G., & Medina, R. (2024). Análisis bibliométrico de la producción científica sobre Lago de Datos. *Bibliometric analysis of the scientific production on Data Lake. INNOVA Research Journal*, 9(2), 40-57. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v9.n2.2024.2426>
18. López, M., & Medina, R. P. (2024). Bibliometric analysis of the scientific production on Data Lake. *INNOVA*, 40-57.
19. Lozano, M., Kammar, A., Pérez, A., Petermann, F., Fernández, T., Gámerog, A., . . . Navarrete, E. (2021). Endogamia editorial como criterio de calidad. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 25(4), 349-352.
20. Malpica, W., & Castro, A. (2022). Efectos de la innovación en el desempeño financiero de las organizaciones: Indicadores bibliométricos y tendencias temáticas.1. *Pensamiento & Gestión*, 1-20.
21. Maz, A., Tzima, S., Gutiérrez, D., & Rodríguez, C. (2022). Análisis bibliométrico de las revistas latinoamericanas de Business, Management and Accounting en SCOPUS. *E-Ciencias de la Información*, 12(2), 20-38.
22. Reina, E. (2024). Un análisis bibliométrico de evaluaciones de calidad de datos en sistemas de gestión académica. *Revista Digital Novasinerгия*, 7(1), 163-179.
23. Rodríguez, M. L., & Reynoso, C. F. (2020). Análisis bibliométrico de los factores críticos de éxito para la gestión. *Nova scientia*, 12(24), 1-30. Obtenido de <https://doi.org/10.21640/ns.v12i24.2267>
24. Romani, F., Huamani, C., & González, G. (2011). Estudios bibliométricos como línea de investigación en las ciencias biomédicas: Una aproximación para el pregado. *CIMEL Ciencia e Investigación Médica Estudiantil Latinoamericana*, 52-62.

25. Roque, R. V., Muñoz, S. P., Contreras, R. B., León, J. P., & Hernández, C. E. (2023). Análisis de las publicaciones científicas de Web of Science relacionadas con YouTube. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 12.
26. Sailema, J. C., & Vargas, J. C. (2022). Bibliometric and contextual analysis of the scientific production of sensory marketing. *Religación: Revista de* , 1-13.
27. Solano, E., Castellanos, S., López, M. M., & Hernández, J. (2009). La bibliometría: una herramienta eficaz para evaluar la actividad científica postgraduada. *MediSur*, 4.
28. Vega, J. G., Chávez, V., & Chávez, J. (2024). Aplicación del análisis bibliométrico en la investigación sobre empresas familiares: una estrategia analítica. *Waynarroque - Revista de ciencias sociales aplicadas*, 4(1), 11-25.

DATOS DE LOS AUTORES.

1. **Ricardo Patricio Medina Chicaiza.** Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico. Docente en Universidad Técnica de Ambato. Ecuador y Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2736-8214> Correo electrónico: ricardopmedina@uta.edu.ec; pmedina@pucesa.edu.ec.
2. **Dennise Betzabé Ballesteros Ruiz.** Egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Correo electrónico: dballesteros8578@uta.edu.ec.

RECIBIDO: 4 de mayo del 2024.

APROBADO: 1 de junio del 2024.