



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

# RESOLUCIÓN DE VICEPRESIDENCIA ACADÉMICA N° 018-2026-UNF-VPAC

Sullana, 29 de enero de 2026.

### VISTOS:

Oficio N° 0122-2026-UNF-VPAC/FCET de fecha 22 de enero de 2026, Informe N° 012-2026-UNF-VPAC/FCET de fecha 22 de enero de 2026, Resolución de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo N° 204-2025-UNF-VPAC/FCET de fecha 24 de junio de 2025 y;

### CONSIDERANDO:

Que el artículo 18 de la Constitución Política del Perú, establece que, *"Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las Universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes"*.

Que mediante Ley N° 29568 de fecha 26 de julio de 2010 se crea la Universidad Nacional de Frontera en el distrito y provincia de Sullana, departamento de Piura, con fines de fomentar el desarrollo sostenible de la Subregión Luciano Castillo Colonna, en armonía con la preservación del medio ambiente y el desarrollo económico sostenible; y, contribuir al crecimiento y desarrollo estratégico de la región fronteriza noroeste del país.

Que el artículo 8° de la Ley Universitaria N° 30220, establece que la autonomía, inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con la Constitución y las Leyes de la República e implica los derechos de aprobar su propio estatuto y gobernarse de acuerdo con él, organizar su sistema académico, económico y administrativo.

Que conforme a la RVM N° 244-2021-MINEDU que resuelve aprobar el Documento Normativo denominado "Disposiciones para la constitución y funcionamiento de las comisiones organizadoras de las universidades públicas en proceso de constitución", en su numeral 6.1.1, la Comisión Organizadora se encuentra integrada por un Presidente y dos Vicepresidentes, encargados de dirigir y ejecutar las políticas en los ámbitos académico y de investigación respectivamente; y en su numeral 6.1.4 Funciones de la Comisión Organizadora: Las funciones de la Comisión Organizadora son las siguientes:... (g) *Concordar y ratificar los planes de estudios y de trabajo propuestos por las unidades académicas.*

Que, mediante Resolución de Presidencia de Comisión Organizadora N° 198-2025-UNF/PCO, de fecha 13 de octubre de 2025, se resuelve la Formalización de la emisión de





## UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

Resoluciones Vicepresidenciales, el alcance de las Resoluciones Vicepresidenciales, la elevación de expedientes a la Comisión Organizadora, el procedimiento de elevación, el reconocimiento de la responsabilidad técnica y supervisión y ejecución.

Que, mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 916-2024-UNF/CO, de fecha 28 de octubre de 2024, se actualizó el Reglamento de Organización y Funciones de la Universidad Nacional de Frontera (ROF-UNF), el cual establece en sus siguientes artículos lo siguiente:

### *Artículo 13°. Vicerrectorado Académico*

*El Vicerrectorado Académico es el órgano de dirección encargado de proponer y promover las políticas y normas académicas de formación integral; y, de organizar, programar, ejecutar y controlar el desarrollo de la actividad académica a través de los órganos de línea dependientes, en concordancia con las directivas impartidas por el Rector.*

### *CAPÍTULO VI*

#### *06. DE LOS ÓRGANOS DE LÍNEA*

*Constituyen órganos de línea de la UNF los siguientes:*

*...()*

#### *06.2.3 Unidad de Investigación*

### *Artículo 85°. Unidad de Investigación*

*La Unidad de Investigación es la unidad de organización de línea que depende del Decanato, encargada de integrar las actividades de investigación de la Facultad, las cuales deben estar enmarcadas en las líneas de investigación aprobadas.*

### *Artículo 86°. Funciones de la Unidad de Investigación*

*86.1. Organizar y conducir la actividad de investigación a través de los docentes como parte de su tarea académica en la forma que determine el Estatuto.*

Que de conformidad con el Estatuto de la Universidad Nacional de Frontera, en su Artículo 22° Atribuciones del Consejo Universitario, señala en su literal *f) Concordar y ratificar los planes de estudios y de trabajo propuestos por las unidades académicas.*

Que mediante la Resolución de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo N° 204-2025-UNF-VPAC/FCET de fecha 24 de junio de 2025, se resolvió aprobar **APROBAR** el Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado **"El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024"**, propuesto por las responsables docentes Mgtr. Joyce Mamani Cornejo y Dra. Priscila Estelita Luján Vera; y estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera.





## UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

Que mediante Oficio N° 003-2025-UNF-FCET/GFVA de fecha 16 de enero de 2026 la Presidenta de la Comisión de Investigación Formativa 2025-II de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo remite el Acta N° 001-2026-UNF/FCET/CICF mediante la cual se aprueba el Informe Final del Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado **"El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024"**, según ficha de evaluación adjunta, y de conformidad con la evaluación de los 03 jurados.

Que mediante Informe N° 012-2026-UNF-VPAC/FCET de fecha 22 de enero de 2026, el Coordinador de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera sustenta la aprobación del Informe Final del Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado **"El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024"**, para su posterior aprobación por esta Vicepresidencia Académica con emisión de acto resolutivo y certificación, en atención a que cumple con los estándares requeridos y se encuentra alineado con los objetivos del Plan de Trabajo primigeniamente aprobado según Resolución de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo N° 204-2025-UNF-VPAC/FCET de fecha 24 de junio de 2025, realizado con el propósito de proporcionar una visión integral del panorama investigativo, facilitando la identificación de tendencias y la formulación de investigaciones futuras.

Que corresponde aprobar el Informe Final del Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado **"El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024"**, en atención a que cumple con los objetivos académicos establecidos en la política de investigación universitaria y en los lineamientos de formación investigativa de pregrado, al desarrollar una revisión sistemática y analítica de la producción científica en una temática de alta relevancia para el desarrollo del sector turístico, lo que permite identificar tendencias, autores influyentes, redes de colaboración y evolución del conocimiento científico sobre marketing digital aplicado al turismo, contribuyendo al fortalecimiento de competencias investigativas de los estudiantes. Haciendo hincapié que la aprobación del Informe Final de este Plan de Investigación Formativa cuenta además con el respaldo del informe emitido por el área competente, que lo avala técnica y académicamente.



Página | 3

Que, de conformidad al Artículo IV el Título Preliminar del Texto Único Ordenado de la Ley de Procedimiento Administrativo General, aprobada mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, recoge como uno de los Principios del Procedimiento Administrativo, el Principio de Legalidad por el cual queda sentado que las autoridades administrativas deben actuar con respeto a la Constitución, la ley y al derecho, dentro de las facultades que le estén atribuidas y de acuerdo con los fines para los que les fueron conferidas.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria N° 30220, el TUO de la Ley de Procedimiento Administrativo General Ley N° 27444, la Resolución Viceministerial N° 244-2021-MINEDU y la Resolución Viceministerial N° 064-2024-MINEDU.



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

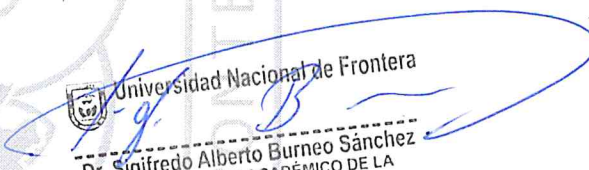
### SE RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR,** el Informe Final del Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado "*El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024*" presentado por los responsables docentes Mgtr. Joyce Mamani Cornejo y Dra. Priscila Estelita Luján Vera; y estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, el mismo que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO.- AUTORIZAR** la emisión de certificados del Plan de Trabajo de Investigación Formativa denominado "*El rol del marketing digital en el turismo: Análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas entre 2014 y 2024*", en mérito a lo probado en el artículo precedente.

**ARTÍCULO TERCERO. - NOTIFICAR** a través, de los mecanismos más adecuados y pertinentes, para conocimiento y fines correspondientes.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y EJECÚTESE.**

  
Universidad Nacional de Frontera  
Dr. Sigifredo Alberto Burneo Sánchez  
VICEPRESIDENTE ACADÉMICO DE LA  
COMISIÓN ORGANIZADORA



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA**

**Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo**

**Programa de Estudios de Administración Hotelera y de Turismo**

## **INFORME FINAL**

**Investigación Formativa**

### **EL ROL DEL MARKETING DIGITAL EN EL TURISMO: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS INDEXADAS ENTRE 2014 Y 2024**

**Estudiantes Responsables:**

I y IX

**Docentes Responsables:**

Mg. Joyce Mamani Cornejo  
Dra Priscila Estelita Lujan Vera



**Semestre Académico:**

2025

**Sullana, Perú 2025**



**I. DATOS GENERALES**

**1.1. Título**

EL ROL DEL MARKETING DIGITAL EN EL TURISMO: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS INDEXADAS ENTRE 2014 Y 2024

**1.2. Institución**

Universidad Nacional de Frontera.

**1.3. Responsables**

1.3.1. Docentes :

Mg. Joyce Mamani Cornejo

Dra. Priscila Estelita Luján Vera

1.3.2. Estudiantes :

Estudiantes de I, IX ciclo académico semestre 2025-I

**1.4. Público objetivo**

La presente investigación está dirigida a los estudiantes matriculados en los cursos que tienen relación con la investigación correspondientes a los ciclos I, II y III del semestre académico 2025.

Nº	Asignaturas	Ciclo académico	Grupo(s)	Nº estudiantes	Total
1	Metodología del aprendizaje	I	G1	21	21
2	Marketing del Turismo	IX	G1	30	30



**1.5. Meta alcanzada**

Se contó con la participación de al menos el 70% de estudiantes en la ejecución del plan de trabajo. Asimismo, se logró socializar los resultados del proyecto.

Actividades	Unidad de Medida	Porcentaje	Meta
Participación de estudiantes en el desarrollo del estudio.	Estudiantes	100%	Participación de al menos diez (10) estudiantes en el desarrollo del estudio.
Participación de estudiantes como expositores del trabajo de investigación formativa.	Estudiantes	5%	Participación en al menos dos (02) estudiantes en el evento académico en la



			Universidad Nacional de Frontera: Semana de la Ciencia.
Elaboración y postulación de un artículo científico en una revista indizada.	Artículo	100%	Publicación de un artículo científico en una revista científica multidisciplinar o de turismo o la publicación de un libro mediante proceso de evaluación por pares.

**1.6. Lugar, fecha y hora de la Exposición o Feria de Investigación Formativa**

El evento de exposición se llevará a cabo en estudios generales, con la participación de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración Hotelera y de Turismo.

**1.7. Duración del proyecto**

Fecha de inicio: 21/05/2025

Fecha de término: 30/09/2025

**II. INTRODUCCIÓN**

El marketing digital ha emergido como una herramienta estratégica clave para el desarrollo y posicionamiento de los destinos turísticos. La digitalización de los servicios, el uso intensivo de redes sociales, los motores de búsqueda y las plataformas colaborativas han transformado profundamente la forma en que los turistas acceden, comparan y consumen experiencias turísticas (Jara, 2023). Esta transformación, acelerada por los efectos de la pandemia del COVID-19, ha obligado a empresas y organizaciones del sector a reconfigurar sus estrategias de promoción y comunicación, situando al marketing digital como eje central de la competitividad y la sostenibilidad turística. El marketing digital en el sector turístico se refiere al uso estratégico de herramientas tecnológicas y plataformas digitales para promover destinos, servicios y experiencias turísticas, facilitando la interacción directa con los consumidores y optimizando la gestión de la información. Esta modalidad ha transformado la manera en que los turistas planifican, reservan y comparten sus experiencias, permitiendo a las empresas del sector adaptar sus estrategias de comunicación y promoción a las nuevas dinámicas del mercado. (Molina et al., 2024).

La implementación de estrategias de marketing digital, como el uso de redes sociales, el posicionamiento en motores de búsqueda (SEO) y la generación de contenido atractivo, ha demostrado ser efectiva para mejorar la visibilidad y el posicionamiento de los destinos turísticos.





En paralelo, la producción científica en torno al marketing digital en el ámbito turístico ha mostrado un crecimiento sostenido, lo que evidencia un creciente interés por comprender sus implicancias, efectos y desafíos desde diversas perspectivas disciplinares. Sin embargo, pese a la abundancia de estudios individuales, se percibe una escasa sistematización de la literatura disponible, lo que dificulta la identificación de patrones, autores clave, tendencias temáticas y vacíos de investigación (Binh et al., 2023).

En este marco, la investigación tiene como propósito realizar un análisis bibliométrico de la producción científica relacionada con el marketing digital en el turismo, utilizando como fuentes principales las bases de datos académicas indexadas más reconocidas como Scopus, Web of Science y Scielo). Este enfoque permitirá mapear el desarrollo del campo, identificar las líneas temáticas más abordadas, las redes de colaboración, las revistas más influyentes y los autores más productivos, aportando así una visión integral y cuantitativa del estado del arte. En los últimos años, la investigación sobre la intersección entre el marketing digital y el turismo ha experimentado un crecimiento significativo. Un análisis bibliométrico realizado por Asif y Fazel (2024) identificó un aumento constante en la producción científica relacionada con la tecnología digital en el turismo, destacando temas como el "turismo inteligente" y la interconexión entre tecnología, hospitalidad y gestión como áreas clave de investigación emergente. El análisis bibliométrico se ha consolidado como una herramienta valiosa para evaluar y comprender la evolución de la investigación en campos específicos. En el contexto del marketing digital en el turismo, esta metodología permite identificar patrones de publicación, autores e instituciones influyentes, así como áreas temáticas emergentes. Por ejemplo, un estudio bibliométrico realizado por Satiti y Udin (2025) analizó 183 documentos de la base de datos Scopus relacionados con la transformación digital en la industria turística,

utilizando herramientas como CiteSpace y VOSviewer para visualizar la ocurrencia de palabras clave y la colaboración internacional.

Estos análisis proporcionan una visión integral del panorama investigativo, facilitando la identificación de tendencias y la formulación de investigación futuras. Además, permiten a los profesionales del sector turístico acceder a información actualizada y basada en evidencia para la toma de decisiones estratégicas.

### III. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación surge de la necesidad de comprender cómo el marketing digital se relaciona con el desarrollo del turismo en los últimos años, especialmente en un contexto global marcado por la acelerada transformación digital y la evolución del comportamiento del consumidor turístico. Esta actividad investigativa se justifica en la creciente demanda de





estrategias innovadoras que permitan a los destinos y empresas turísticas mejorar su posicionamiento, promoción y conexión con el turista digital mediante el uso eficiente de herramientas tecnológicas.

Desde una perspectiva académica y científica, este estudio reviste gran importancia al sistematizar el conocimiento existente sobre el marketing digital aplicado al turismo, mediante un análisis bibliométrico riguroso de la producción científica publicada en revistas indexadas. Esta sistematización permitirá identificar tendencias temáticas, autores influyentes, áreas emergentes y vacíos de conocimiento que requieren ser abordados por futuras investigaciones.

En el ámbito práctico, la utilidad del presente trabajo se manifiesta en la posibilidad de ofrecer a los estudiantes, docentes y profesionales del sector turístico un panorama actualizado del desarrollo académico sobre esta temática, facilitando así la toma de decisiones fundamentadas y el diseño de estrategias más efectivas en entornos digitales. Además, los resultados podrán orientar a instituciones de educación superior en la actualización curricular de asignaturas vinculadas al marketing, la comunicación digital y la gestión turística.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los estudiantes y docentes de los cursos involucrados, quienes fortalecerán sus competencias investigativas y su comprensión del marketing digital en el turismo. Asimismo, se beneficiarán indirectamente los actores del sector turístico como agencias de viajes, operadores turísticos, emprendedores y gestores de destinos; con la publicación de un artículo se dará a conocer información valiosa que podrá ser aplicada en la práctica profesional, contribuyendo al desarrollo sostenible del turismo en entornos altamente competitivos.

#### IV. OBJETIVOS

##### Objetivo general

Analizar la evolución, tendencias temáticas, principales actores y áreas de investigación sobre el marketing digital en el turismo, a través de un análisis bibliométrico de la producción científica publicada en revistas indexadas durante los últimos cinco años.

##### Objetivos específicos

- o Identificar el volumen de investigaciones científicas relacionadas con el marketing digital en el turismo en bases de datos indexadas, como Scopus y Web of Science y, en el periodo 2019–2024.





- Determinar las revistas científicas, autores, instituciones y países con mayor producción e impacto en el estudio del marketing digital aplicado al sector turístico.
- Analizar las palabras clave más utilizadas y las líneas temáticas predominantes y emergentes en la literatura científica sobre marketing digital en el turismo.
- Determinar las redes de colaboración entre autores e instituciones, así como los patrones de citación más relevantes en el campo investigado.

## V. METODOLOGÍA

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo, al centrarse en el análisis estadístico de datos bibliográficos. Se trata de una investigación descriptiva y no experimental, orientada a examinar el comportamiento de la producción científica en torno al marketing digital en el turismo, sin manipular variables, sino observando fenómenos en su contexto natural. Además, se enmarca en el tipo de investigación documental y bibliométrica, dado que se basa en la recopilación, sistematización y análisis cuantitativo de artículos científicos extraídos de bases de datos.

El diseño no experimental se caracteriza por la observación y análisis de fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin manipulación deliberada de variables. En este tipo de diseño, el investigador estudia las relaciones existentes entre variables sin intervenir en su comportamiento (Hernández-Sampieri et al., 2018).

El enfoque cuantitativo se basa en la recolección y el análisis de datos numéricos para probar hipótesis o responder preguntas de investigación. Este enfoque busca medir, comparar y establecer relaciones entre variables, apoyándose en métodos estadísticos y en la objetividad del análisis (Creswell y Creswell, 2018).

La investigación bibliométrica es una metodología cuantitativa que permite analizar la producción científica mediante el uso de indicadores estadísticos, con el fin de identificar patrones, autores, revistas, instituciones y temas de investigación predominantes. Esta técnica permite medir la evolución del conocimiento en un campo específico y es ampliamente utilizada en estudios de análisis documental (Aria y Cuccurullo, 2017).

La población está constituida por el conjunto de publicaciones científicas relacionadas al marketing digital aplicada al turismo, registradas en bases de datos académicas de alto impacto.

La muestra estará conformada por artículos científicos seleccionados bajo los siguientes criterios de inclusión:

- Artículos publicados entre: 2010-2024.
- Publicaciones en revistas científicas indexadas en Scopus y Web of Science





- o Estudios que aborden directa o indirectamente la relación entre marketing digital y turismo.
- o Publicaciones en idioma español e inglés.

El análisis se realizará utilizando herramientas bibliométricas especializadas como VOSviewer.

## VI. RESULTADOS

- o Se espera generar un insumo valioso para la comunidad académica y el sector turístico, al ofrecer una visión sistemática y actualizada de la producción científica sobre marketing digital en el turismo. Esta investigación fortalecerá las capacidades analíticas y críticas de los estudiantes participantes, promoviendo el desarrollo de competencias
- o investigativas en el marco de la formación universitaria. Asimismo, se fomentará el vínculo entre teoría y práctica, al generar evidencia que puede ser empleada para la mejora de estrategias digitales por parte de empresas turísticas, organismos de promoción de destinos y emprendedores del sector.
- o Se estima alcanzar una participación activa del 80% de los estudiantes matriculados en las asignaturas involucradas, quienes asumirán un rol en la recolección, análisis e interpretación de los datos. Este involucramiento contribuirá al cumplimiento de las metas formativas definidas para el semestre.
- o Una base de datos depurada de artículos científicos relevantes sobre marketing digital en turismo, publicados entre 2019 y 2024.
- o Mapas de visualización bibliométrica que muestren redes de colaboración entre autores, instituciones y países.
- o Listado de las principales revistas científicas, autores más productivos, palabras clave más frecuentes y líneas temáticas emergentes.

Identificación de vacíos en la literatura científica y posibles temas de investigación futura.

Una concentración de publicaciones en determinados países e instituciones líderes en investigación turística,

- o Como parte de los entregables de esta investigación se generarán los siguientes productos:
- o Un informe final académico estructurado según las normas de investigación formativa de la Universidad Nacional de Frontera.
- o La elaboración y publicación de un artículo científico con opción a publicación en una revista científica Q1 o Q2 que se encuentre en la base de datos Scopus.

## VII. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Recursos:





### **Humanos**

- o Docentes responsables y estudiantes de los cursos involucrados.

### **Materiales**

- o Material de oficina (hojas bond, lapiceros, lápiz, tajador y borrador)
- o Impresión de cuestionarios (autofinanciado)

### **Servicios**

- o Traducción de español al inglés (autofinanciado)

### **Presupuesto**

- o Se ejecutó el presupuesto por un monto de s/. 3,070.00 (tres mil setenta soles).

### **Presentación**

<https://jcas.com/index.php/jcas/index>

## **VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- Se aplicó el instrumento en por las inmediaciones de la Casa Hacienda Sojo, Mirador deportivo de Miguel Checa, Rio Chira y el Museo de Miguel Checa, que a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia e intencional, estando la muestra conformada por habitantes del Distrito de Miguel Checa conocedores de su cultura.
- Como resultado de la investigación se redactó un Libro, el cual fue postulado a una editorial ubicada la, misma que fue aceptado para su publicación.

## **IX. Referencias Bibliográficas**

Aria, M. y Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>

Asif, M., y Fazel, H. (2024). Digital technology in tourism: A bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(3), 1615–1635. <https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2023-0847>

Binh, P., Pham, X. y Truong, G. (2023). A bibliometric analysis of research on tourism content marketing: Background knowledge and thematic evolution. *Heliyon*, 9(2), e13487. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13487>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, 714 p. <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

Jara-Amézaga, C. (2023). The Impact of YouTube in Tourism Destinations: A Methodological Proposal to Qualitatively Measure Image Positioning—Case: Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(13), 9879. <https://doi.org/10.3390/su15139879>





Molina Velásquez, E. R., Soto Aguirre, R. L., Changoluisa Yanza, A. F., y Lita Ushiña, M. L. (2024). Análisis de la gestión del marketing digital de los medios oficiales de turismo en América. TURPADE. Turismo, Patrimonio y Desarrollo, 3(20). <https://doi.org/10.21640/rt.v3i20.93>

Satiti, A., y Udin, U. (2025). The impact of digital transformation on the development of the tourism industry: Bibliometric analysis. International Research Journal of Multidisciplinary Scope (IRJMS), 6(1), 603–616. <https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i01.02510>

DOCENTES RESPONSABLE

Mg. Joyce Mamani Cornejo  
Docente Responsable del Trabajo de Investigación Formativa





## Anexos

### Anexo 1. Registro de estudiantes matriculados en la asignatura de Marketing de Turismo

Nº	CODIGO	APELLIDOS Y NOMBRES
1	2020102002@unf.edu.pe	ADRIANZEN BELLO NICOL SOLANGE
2	2020102015@unf.edu.pe	JIMENEZ ORDINOLA CAMILA MERIELL
3	2020202005@unf.edu.pe	ATOCHÉ SANDOVAL ASTRID KATHERINE
4	2020102009@unf.edu.pe	CLAVIJO FALCONI JERALDINE DEL PILAR
5	2020102014@unf.edu.pe	GARAY ZAPATA JUDITH RAQUEL
6	2020202029@unf.edu.pe	VALDIVIA SANDOVAL VALERIA VICTORIA
7	2020202015@unf.edu.pe	GARCIA ZAPATA CARLOS ALBERTO
8	2020202026@unf.edu.pe	ROJAS ZAPATA MIREYA NICOL
9	2020202033@unf.edu.pe	ZAPATA DIAZ ESTRELLA KIMBERLY
10	2020102033@unf.edu.pe	UBILLUS MORALES YESABELLA ESPERANZA
11	2020102019@unf.edu.pe	MORAN GOMEZ MARIA JOSE
12	2020102012@unf.edu.pe	FARFAN MENA DULCE NICOL
13	2020102023@unf.edu.pe	RETO ALBURQUEQUE KLEIBER ALEXIS
14	2020102030@unf.edu.pe	SOCOLA PALACIOS GERALDINE DE LOS
15	2020102020@unf.edu.pe	NOLE MENDOZA ANTONELLA YAMILLE
16	2020202016@unf.edu.pe	HERAS VARGAS BRILLY ESTEFANNY
17	2020202008@unf.edu.pe	CASTILLO ALBARES NOELIA LISSET
18	2020202013@unf.edu.pe	ESCOBAR MENA SHIRLY
19	2020202012@unf.edu.pe	CRUZ MERINO SCKRISTTOFFER FRANCISCO
20	2020102013@unf.edu.pe	GALAN MOGOLLON LUCIA BELEN
21	2020102026@unf.edu.pe	RUIZ DIOSES ANGELITA DE LOS MILAGROS
22	2020202006@unf.edu.pe	CARREÑO VALLADARES GREYSI ANTONELA
23	2020202019@unf.edu.pe	MEZONES LIZAMA JESUS ARTURO
24	2020202025@unf.edu.pe	RODRIGUEZ PULACHE JENNYFER
25	2020202027@unf.edu.pe	SANCHEZ MONDRAGON MIGUEL ANGEL
26	2020102008@unf.edu.pe	CHUNGA PEÑA MARICIELO LOURDES
27	2020102006@unf.edu.pe	CARO SANCHEZ BLANCA AZUCENA
28	2020202034@unf.edu.pe	ZAPATA PASICHE LESLIE GIANELLA
29	2020102027@unf.edu.pe	RUIZ ORTIZ ANNY FERNANDA
30	2019202001@unf.edu.pe	AQUINO SOSA CARLOS JESUS





**Anexo 2.** Registro de estudiantes matriculados en la asignatura de Metodología del Aprendizaje

Nº	Código	Nombre Completo	Teléfono
1	2025102003@unf.edu.pe	ALAMO DIAZ, DUBER ELISEO	976834445
2	2025102004@unf.edu.pe	ARCELA ATOCHE, LESLY RUBI	951969606
3	2024202005@unf.edu.pe	CASTILLO VILLEGAS, VALERIA NICOLE	964411497
4	2025102012@unf.edu.pe	CORDOVA CRUZ, IRIS TATIANA	947807751
5	2025102014@unf.edu.pe	CURAY SILVA, FABRIZIO LEONEL	917928378
6	2025102015@unf.edu.pe	ESCALONA MEDINA, NAILESKY EDUERLIN	926333342
7	2025102016@unf.edu.pe	ESPINOZA BARBA, ANGELINE NICOLE	949000206
8	2025102018@unf.edu.pe	GIRON ANDRADE, MARIA JOSÉ	962309353
9	2025102023@unf.edu.pe	GUERRERO CALVA, WENDY ANJHOLY OLENKA	925717923
10	2025102026@unf.edu.pe	IPARRAGUIRRE SALAZAR, ARIANA YAZMIN	981327913
11	2025102027@unf.edu.pe	JACINTO CULQUICONDOR, RUTH MILAGROS	956733020
12	2025102033@unf.edu.pe	OBREGON PEÑA, YASUMI YAMILEE	917965611
13	2024202022@unf.edu.pe	OCUPA GONZALES, DIANA CAMILA	912471052
14	2025102034@unf.edu.pe	OJEDA GUTIERREZ, AEPRIIL ASHLEY	942964766
15	2025102038@unf.edu.pe	PACHERREZ DOMADOR, CRISMARY ADÓNAY	946228487
16	2025102043@unf.edu.pe	QUINTERO CRUZ, XIMENA ALEXANDRA	958379363
17	2025102044@unf.edu.pe	QUINTERO QUINTERO, LUISANA VALENTINA	900105823
18	2025102046@unf.edu.pe	REYES GIRON, TATIANA MARISOL	994701485
19	2025102051@unf.edu.pe	VASQUEZ LOAYZA, CARLOS AAROM	912761119
20	2024202028@unf.edu.pe	YARLEQUE LEZCANO, PRISCILA YOMIRA	921174683
21	2024202012@unf.edu.pe	FARFAN MENA ALEJANDRO	

**Anexo 3.** Resolución de aprobación de Plan de Investigación Formativa.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la recuperación y la consolidación de la economía peruana"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

RESOLUCIÓN Nº 204-2025-UNF- VPAC/FCET

Sullana, 24 de junio del 2025.

VISTOS:

La RESOLUCIÓN Nº 142-2025-UNF/FCET, de fecha 30 de abril de 2025; el OFICIO MÚLTIPLE Nº 026-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha 07 de mayo del 2025; OFICIO Nº 061-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 20 de mayo del 2025; OFICIO MÚLTIPLE Nº 031-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 27 de mayo del 2025; ACTA Nº. 5 Revisión de los Planes de Investigación Formativa, de fecha 09 de junio del 2025; el OFICIO Nº 01003-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 12 de junio del 2025; el OFICIO Nº 070-2025-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 23 de junio del 2025.

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su artículo 18º establece que, "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las Universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la Constitución y las Leyes".

Que, mediante Ley Nº 29568, de fecha 26 de julio de 2010, se crea la Universidad Nacional de Frontera en el distrito y provincia de Sullana, departamento de Piura, con fines de fomentar el desarrollo sostenible de la Sub Región Lucanao-Castillo Colónia, en armonía con la preservación del medio ambiente y el desarrollo económico sostenible.

Que mediante Ley Nº 30220 -Ley Universitaria, establece en el artículo 48 "La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional, internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas".





UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la recuperación y la consolidación de la economía peruana"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

## RESOLUCIÓN N° 204-2025-UNF- VPAC/FCET

Sullana, 24 de junio del 2025.

### VISTOS:

La RESOLUCIÓN N° 142-2025-UNF/FCET, de fecha 30 de abril de 2025; el OFICIO MÚLTIPLE N° 026-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha 07 de mayo del 2025; OFICIO N°061-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 20 de mayo del 2025; OFICIO MÚLTIPLE N° 031-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 27 de mayo del 2025, ACTA N° 5 Revisión de los Planes de Investigación Formativa, de fecha 09 de junio del 2025; el OFICIO N° 01003-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 12 de junio del 2025; el OFICIO N° 070-2025-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 23 de junio del 2025.

### CONSIDERANDO:

Que, la Constitución Política del Perú en su artículo 18° establece que, "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las Universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la Constitución y las Leyes".

Que, mediante Ley N° 29568, de fecha 26 de julio de 2010, se crea la Universidad Nacional de Frontera en el distrito y provincia de Sullana, departamento de Piura, con fines de fomentar el desarrollo sostenible de la Sub Región Luciano Castillo Colonna, en armonía con la preservación del medio ambiente y el desarrollo económico sostenible.

Que mediante Ley N° 30220 –Ley Universitaria, establece en el artículo 48 "La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas".

Que, la citada Ley establece en el artículo 49. Financiamiento de Investigación "Las universidades acceden a fondos de investigación de acuerdo con la evaluación de su desempeño y la presentación de proyectos de investigación en materia de gestión, ciencia y tecnología, entre otros, (...)".

Que, mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 045-2019-UNF/CO, de fecha 12 de febrero de 2019, se aprueba el Reglamento Académico de la Universidad Nacional de Frontera, el cual tiene como finalidad establecer las disposiciones, normas, actos y procedimientos que regulen la relación entre los estudiantes, docentes y la Universidad Nacional de Frontera, desde el proceso de matrícula del estudiante hasta su egreso.

Que, el artículo 54° del Estatuto Institucional, aprobado mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 009-2019-UNF/CO de fecha 09 de enero de 2019, señala que: "La investigación de la Universidad Nacional de Frontera constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento científico y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en la universidad (...)".





UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la recuperación y la consolidación de la economía peruana"

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

Que, mediante Resolución de Comisión Organizadora N°1186-2024-UNF/CO, de fecha 30 de diciembre de 2024; se RATIFICA la encargatura del Dr. Luiggi Bruno Castillo Chung, docente de esta Casa Superior de Estudios, la Coordinación de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, a partir del 01 de enero hasta el 31 de diciembre de 2025.

Que mediante RESOLUCIÓN N° 142-2025-UNF/FCET, de fecha 30 de abril de 2025, se APRUEBA la conformación de la Comisión de Investigación Científica y Formativa de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, conformada por los siguientes docentes: M.Sc. Carlomagno Sancho Noriega (R), Dra. Patricia Mabel Morales Asencio (M), Dra. Marleni Mendoza Zúñiga (M), Dr. Marco Antonio Reyes Vidal (M).

Que mediante OFICIO MÚLTIPLE N° 026-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha 07 de mayo del 2025, el Coordinador (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo; invita a los Docentes adscritos a la Facultad, a la presentación de Planes de Trabajo de Investigación Formativa para ejecución anual, para la recepción y evaluación por parte de la Comisión de Investigación Científica y Formativa.

Que, con OFICIO N°061-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 20 de mayo del 2025, la Docente Mg. Joyce Mamani Cornejo, remite al Coordinador (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, el Plan de Trabajo de Investigación Formativa titulado: "Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas" la cual tiene como Responsable a la referida docente, con un presupuesto inicial de S/3,500.00.

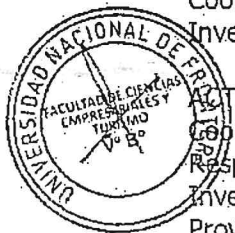
Que, con OFICIO MÚLTIPLE N° 031-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 27 de mayo del 2025, el Coordinador (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo remite a la Comisión de Investigación Formativa los planes de Trabajo de Investigación Formativa 2025.

Que, con OFICIO N° 005-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 09 de junio del 2025, el Coordinador(e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo recibe de parte del Docente Responsable de la Comisión de Investigación Científica y Formativa, el Acta de Revisión de Planes de Investigación Formativa más los instrumentos con los puntajes, aprobando con 95 puntos el Plan del Proyecto de Investigación Formativa Titulado: "Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas"

Que, con OFICIO N° 01003-2025-UNF-VPAC/FCET, de fecha del 12 de junio del 2025, la Coordinación solicita a la docente Mg. Joyce Mamani Cornejo proceda a ajustar el presupuesto de su proyecto, a fin de continuar con el proceso.

Que, con OFICIO N° 070-2025-UNF/VPA/FCET-JMC, de fecha del 23 de junio del 2025, la Docente Mg. Joyce Mamani Cornejo, remite al Coordinador (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, el Plan de Trabajo de Investigación Formativa titulado: "Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas", con un presupuesto de S/3,070.00.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas como Coordinador (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, mediante Resolución N°1186-2025-UNF/CO.





03

UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la recuperación y la consolidación de la economía peruana"

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

### SE RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR** el Plan del Proyecto de Investigación Formativa Titulado: "**Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas**" el cual como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO. - AUTORIZAR** al Personal Docente y estudiantes la ejecución de las actividades del Plan del Proyecto de Investigación Formativa Titulado: "**Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas**" conforme al detalle siguiente:

**Docente Coordinador:**

Mg. Joyce Mamani Cornejo

**Personal Docente:**

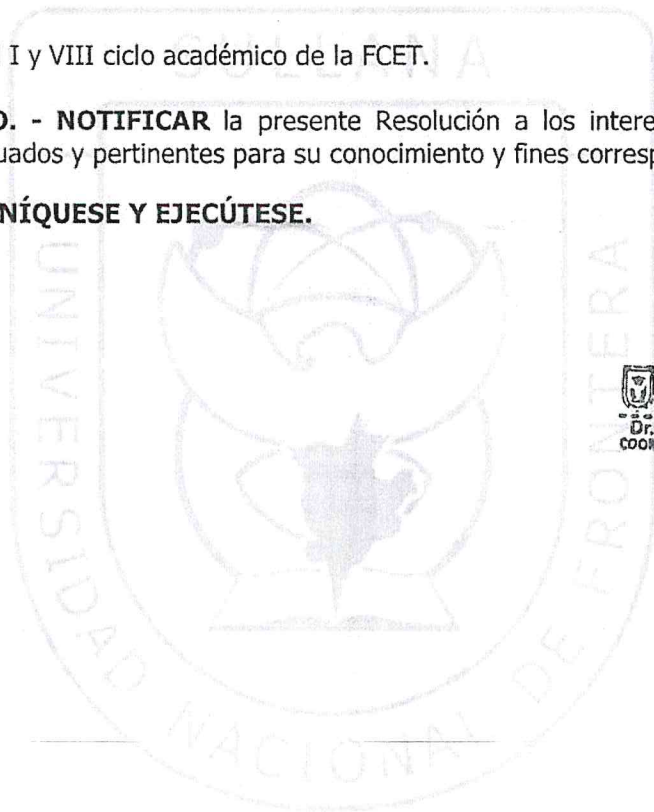
Dra. Priscila Estelita Luján Vera

**Estudiantes:**

Estudiantes del I y VIII ciclo académico de la FCET.

**ARTÍCULO TERCERO. - NOTIFICAR** la presente Resolución a los interesados, a través de los mecanismos más adecuados y pertinentes para su conocimiento y fines correspondientes.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y EJECÚTESE.**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA  
Dr. Libert Salas Castillo Chunga  
COORDINADOR FACULTAD DE CIENCIAS  
EMPRESARIALES Y TURISMO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA

"Año de la recuperación y la consolidación de la economía peruana"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y TURISMO

SE RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO.** - APROBAR el Plan del Proyecto de Investigación Formativa Titulado: "Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas" el cual como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

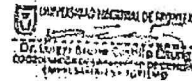
**ARTÍCULO SEGUNDO.** - AUTORIZAR al Personal Docente y estudiantes la ejecución de las actividades del Plan del Proyecto de Investigación Formativa Titulado: "Rol del marketing digital en el turismo: Un análisis bibliométrico de la producción científica en revistas indexadas" conforme al detalle siguiente:

**Docente Coordinador:**  
 Mg. Joyce Mamani Cornejo  
**Personal Docente:**  
 Dra. Priscila Estelita Luján Vera

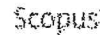
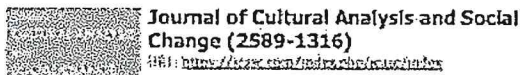
**Estudiantes:**  
 Estudiantes del I y VIII ciclo académico de la FCET.

**ARTÍCULO TERCERO.** - NOTIFICAR la presente Resolución a los interesados, a través de los mecanismos más adecuados y pertinentes para su conocimiento y fines correspondientes.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y EJECÚTESE.**



**Anexo 4.** Carta de Aceptación del manuscrito



Date: 04/01/2026  
 Paper ID: JCASC-026-3583

To

Author(s): Joyce Mamani Cornejo

Subject: "[The role of digital marketing in tourism: a bibliometric analysis of scientific output in indexed journals from 2014 to 2024]"

We are delighted to inform you that your manuscript titled "[The role of digital marketing in tourism: a bibliometric analysis of scientific output in indexed journals from 2014 to 2024]" (Paper ID: JCASC-026-3583) has been accepted for publication in the *Journal of Cultural Analysis and Social Change* (JCASC).



**Anexo 5. Reporte de la revisión del manuscrito**



Scopus



Journal of Cultural Analysis and Social Change E-ISSN:2589-1316  
 Email: editor@jcas.com  
 URL: <http://www.jcas.com/doi/10.1080/25891316>

**Reviewer Report Form**

Manuscript Title	The role of digital marketing in tourism: a bibliometric analysis of scientific output in indexed Journals from 2014 to 2024
PAPER ID	JCASC-026-3583

Sl. No.	Evaluation criteria	Score (0-10)
1.	Introduction	8
2.	Background of Study	9
3.	Literature Review	9
4.	Methodology	8
5.	Sampling	8
6.	Results	8
7.	Analysis	8
8.	Conclusion	9
9.	Recommendations	8
10.	References	8

**Anexo 6. Informe económico**



**INFORME N° 002-2026-UNIF-VPAC/FCET-JIC**

A : Dr. Abdías Chávez Encuentra  
 Coordinador(e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

DE : Mg. Joyce Mamani Comejo  
 Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

Asunto : INFORME DE ENCARGO ECONÓMICO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA DENOMINADO "EL ROL DEL MARKETING DIGITAL EN EL TURISMO; ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS INDEXADAS ENTRE 2014 Y 2024"

Fecha : 12/01/2026

Referencia : RESOLUCIÓN N° 086-2025-UNIF-DGA

Es grato dirigirme a su persona para saludarlo cordialmente y a la vez hacer llegar el informe económico del Trabajo de Investigación Formativa denominado "EL ROL DEL MARKETING DIGITAL EN EL TURISMO; ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS INDEXADAS ENTRE 2014 Y 2024".

1. El presente Trabajo de Investigación Formativa fue aprobado con Resolución N°204-2025-UNIF-VPAC/FCET, de fecha 24 de junio de 2025.
2. El encargo económico del Trabajo de Investigación Formativa, fue aprobado con Resolución N° 086-2025-UNIF-DGA, de fecha 06 de agosto de 2025. Por un monto total de S/ 2.070.00 (Dos mil setenta con 00/100 soles).
3. Así mismo, se le asignó al presente Trabajo de Investigación Formativa el comprobante de pago N° 640-0692155, el SLAF N° 1953 y la partida específica N° 2327.999.
4. Por lo que, se ha procedido a realizar el pago respectivo, de acuerdo a los JORs presentados en el Plan de Trabajo de Investigación Formativa Publicación de Artículo.
5. Finalmente informar que, se ha cumplido con los objetivos propuestos en el Trabajo de Investigación Formativa, denominado "EL ROL DEL MARKETING DIGITAL EN EL TURISMO; ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN REVISTAS INDEXADAS ENTRE 2014 Y 2024".

Es todo cuanto informamos a usted, para fines pertinentes.

- Adjunto: - Resumen de gastos  
 - VOUCHER de Transferencia  
 - Resolución N° 086-2025-UNIF-DGA

Mg. Joyce Mamani Comejo  
 Docente de la FCET

