



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo
académico previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Mercadotecnia**

**TEMA: “Análisis bibliométrico de la producción
científica sobre neuromarketing en Scopus”**

AUTORAS:

Sofía Garzón Paredes

Ana María Sánchez Gavilanes

TUTOR: Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Análisis bibliométrico de la producción científica sobre neuromarketing en Scopus**” presentado por las señoritas **Sofía Garzón Paredes** y **Ana María Sánchez Gavilanes** para optar por el título de Licenciadas en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 25 de febrero del 2022

Ing. Ricardo Patricio Medina Chicaiza, Mg.

C.I. 1802333276

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Sofía Garzón Paredes** y **Ana María Sánchez Gavilanes**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Sofía Garzón Paredes

C.I. 1804369575



Ana María Sánchez Gavilanes

C.I. 1804017505

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Luis Fabricio Lascano Pérez, Mg.

C.I. 1803521945

Ing. César Maximiliano Calvache Vargas, Mg.

C.I. 1802862498

Ambato, 25 de febrero del 2022

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Sofía Garzón.

Sofía Garzón Paredes

C.I. 1804369575

Ana María Sánchez Gavilanes

Ana María Sánchez Gavilanes

C.I. 1804017505

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene la finalidad de realizar un estudio basado en un análisis bibliométrico sobre la producción científica del Neuromarketing en Scopus en el periodo 2015-2021 con corte a agosto, mediante el cual se pudo conocer la evolución e impacto del tema dentro de ámbito científico.

El marco teórico ayudó a fundamentar la investigación realizada centrándose inicialmente en conceptos básicos de neuromarketing y el avance del término dentro del mercado. La metodología empleada fue deductiva-inductiva, donde de un total de resultados obtenidos, se excluyeron ciertos parámetros para así trabajar con los documentos de interés.

Los resultados expuestos serán una base fundamentada para próximas investigaciones de expertos en marketing o distintas áreas enfocadas al Neuromarketing.

Se identificó el año y país con mayor producción científica sobre el tema planteado, complementándolo con la revista que tuvo mayor número de documentos publicados, tomando en cuenta factores de impacto como lo son los cuartiles y el índice h.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING, NEUROMARKETING, BIBLIOMETRÍA, CIENCIOMETRÍA.

ABSTRACT

The present research aims to carry out a study based on a bibliometric analysis on the scientific production of Neuromarketing in Scopus in the period 2015 to August 2021, where the evolution and impact of the subject within the scientific field was known.

The theoretical framework supported the research, initially focusing on basic concepts of neuromarketing and the advancement of the term within the market. The methodology used was deductive-inductive, where from a total of results obtained, certain parameters were excluded to work with the documents of interest.

The exposed results will be a well-founded basis for future research by marketing experts or different areas focused on Neuromarketing.

The year and country with the greatest scientific production on the subject was identified, complementing with the journal that had the greatest number of published documents, impact factors such as quartiles and the h-index were taken into account.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, MARKETING, NEUROMARKETING, BIBLIOMETRICS, SCIENCEMETRY.

ENLACE DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

<https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/1109/2708>