

METAVERSO: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO ENFOCADO AL MARKETING TURÍSTICO

RAQUEL CASTRO ESTÉVEZ
LORENA ROBAINA-CALDERÍN
FRANCISCO MUÑOZ-LEIVA
JOSEFA D. MARTÍN- SANTANA
*Las Palmas de Gran Canaria
Universidad de Granada*

RESUMEN

El metaverso es considerado por algunos autores como mundos virtuales tridimensionales inmersivos en los que las personas interactúan como avatares entre sí, así como con otros avatares del software, utilizando la metáfora del mundo real, pero sin sus limitaciones físicas. Actualmente, el uso de estas plataformas está enfocado sobre todo a actividades sociales y de entretenimiento y, en menor medida, a actividades organizativas y empresariales. Entre los sectores empresariales, el sector turístico se caracteriza por ser el que presenta más oportunidades para realizar múltiples y diferenciadas actividades en el metaverso. Para conocer las posibles aplicaciones del mismo en este sector, se propone esta investigación basada en un análisis bibliométrico del metaverso con especial atención al sector empresarial y al marketing turístico.

Palabras clave:

Metaverso, realidad virtual, marketing, marketing turístico

ABSTRACT

The metaverse is considered by some authors to be immersive three-dimensional virtual worlds in which people interact as avatars with each other, as well as with virtual avatars, using the metaphor of the real world, but without its physical restrictions. Currently, the use of these platforms is mainly focused on social and entertainment activities and, to a lesser extent, on organizational and business activities. Among the business sectors, the tourism sector is characterized as the one with the most opportunities for multiple and differentiated activities in the metaverse. In order to know the possible applications of the metaverse in this sector, this research is proposed based on a bibliometric analysis of the metaverse with special attention to the business sector and tourism marketing.

Keywords:

Metaverse, virtual reality, marketing, tourism marketing