

Frank Angel Lemoine Quintero

List of Publications by Year in descending order

Source: [//exaly.com/author-pdf/1861896/publications.pdf](https://exaly.com/author-pdf/1861896/publications.pdf)

Version: 2024-02-01

25
papers

39
citations

1998120

3
h-index

1701220

6
g-index

26
all docs

26
docs citations

26
times ranked

34
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Estrategias de marketing competitivo para mejorar el posicionamiento del local "H Sports Bar" de Bahía de Caráquez. Economía Y Negocios, 2024, 6, 152-169.	0.1	0
2	SUSTAINABILITY OF THE GASTRONOMIC SERVICE FOR THE POSITIONING OF THE TOURIST DESTINATION IN BAHÍA DE CARÁQUEZ: ECUADOR. International Journal of Professional Business Review, 2024, 9, e04573.	1.2	0
3	El neuromarketing y su aporte al fortalecimiento de la imagen de locales comerciales en Leñidas Plaza. Economía Y Negocios, 2023, 5, .	0.1	1
4	Pueblo, Etnia y Cultura: Un acercamiento al entorno multicultural del Ecuador. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias, 2023, 2, 177.	0.0	1
5	Comportamiento del consumidor en las redes sociales durante la pandemia. Manabí, Ecuador 2021. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias, 2023, 2, 200.	0.0	1
6	Alfabetización inclusiva en Ecuador: estrategia bajo los efectos del COVID19. Átic@net, 2023, 23, .	0.3	1
7	El comportamiento organizacional: una reflexión en el contexto de instituciones públicas y privadas en el Ecuador. GeSec, 2023, 14, 12377-12390.	0.3	0
8	Plan de negocio y emprendimientos: contribución al fortalecimiento comercial en el destino Sucre-San Vicente. Gestionar: revista de empresa y gobierno, 2023, 3, 56-67.	0.2	0
9	Price Metric for the Improvement of Accommodation Service Offers in Sucre- San Vicente Tourist Destination. International Journal of Professional Business Review, 2023, 8, e3937.	1.2	0
10	Estilo de comportamiento del consumidor turístico bajo condiciones pandémicas del covid-19 en Ecuador. Ciencias Administrativas, 2023, , 135.	0.2	0
11	La nueva generación receptora de la identidad de pueblo. Centro Sur, 2021, 5, 81-89.	0.1	3
12	La comunicación estratégica institucional para el posicionamiento de la imagen a través de las relaciones públicas. Revista Científica Sinapsis, 2020, 3, .	0.2	0
13	Incidents of social contradictions on the behavior of tourist consumers in ecuador. Ipsa Scientia: Revista Científica Multidisciplinaria, 2020, 5, 191-206.	0.3	3
14	Estrategia de marketing emocional para la promoción de locales de servicios gastronómicos en la ciudad de Bahía de Caráquez. Ecuador. Económicas CUC, 2020, 41, .	0.4	5
15	El comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos Sucre-San Vicente. Un acercamiento desde las Ciencias Sociales, Ecuador 2017. 3C Empresa, 2020, 9, 17-39.	1.0	2
16	Análisis de la actividad Comercial para la sostenibilidad en los negocios del CANTÓN SUCRE. Ciencias Administrativas, 2019, , 059.	0.2	8
17	La Percepción como Elemento del Comportamiento del Consumidor en Servicios Gastronómicos del Ecuador. Revista Científica, 2019, 4, 290-311.	0.1	3
18	El Posicionamiento en Motores de Búsqueda en Empresas Hoteleras del Cantón Sucre: Ecuador 2018. Revista Científica, 2019, 4, 60-77.	0.1	1

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	El posicionamiento en motores de búsqueda de empresas hoteleras del Cantón Sucre. Ecuador (2017). En Contexto, 2019, 7, 149-164.	0.1	0
20	Identificación de atractivos turísticos de interés para el desarrollo del sector hotelero en los cantones de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales (Ecuador). Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio, 2019, 3, 113-130.	0.1	2
21	LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES COMO UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE PARA EL DESTINO TURÍSTICO BAHÍA DE CARÁQUEZ - ECUADOR. FACE Revista De La Facultad De Ciencias Económicas Y Empresariales, 2018, 18, .	0.1	1
22	El enfoque de sistema, piedra angular para una gestión investigativa efectiva. Caso Bahía de Caráquez. Ártic@net, 2018, 18, .	0.3	0
23	Un acercamiento integral del entorno multicultural y el bienestar desde el enfoque de Pueblo, Etnia y Cultura en el contexto ecuatoriano. Salud, Ciencia y Tecnología, 0, 3, 403.	0.2	0
24	ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDO EN EMPRENDIMIENTOS LOCALES. , 0, , .		0
25	NEUROLINGÜÍSTICA: En función de una publicidad efectiva. , 0, , .		0