

ÍNDICE

Capítulo 1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	13
1.1. Planteamiento del problema.....	13
1.2. Objetivos e hipótesis de la investigación.....	15
1.3. Ámbito de estudio.....	16
1.4. Diseño de la investigación	16
1.5. Estructura de la investigación.....	20
Capítulo 2. PROPUESTA DE UN MODELO DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA LA EVALUACIÓN DEL PROCESO INNOVADOR EN LOS HOTELES: CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA Y MODELIZACIÓN	23
2.1. Contextualización teórica.....	23
2.1.1. Delimitación del concepto de turismo y destino turístico.....	23
2.1.2. La importancia de las variables innovación y tecnología en las teorías de crecimiento y desarrollo económico.....	26
2.1.3. Definición de innovación y TICs y su adaptación a la actividad hotelera	29
2.1.4. El proceso innovador en el sector servicios y su aplicación a la actividad hotelera.....	35
2.1.4.1. Factores que influyen en las decisiones de innovación.....	38
2.1.4.2. Motivos e impactos de la inversión en innovación y TICs.....	44
2.1.4.3. Factores críticos del éxito de la inversión en innovación y TICs.....	49
2.2. Diseño de un modelo de análisis estratégico para la evaluación del proceso innovador en hoteles.....	52
2.2.1. Modelos de análisis estratégico para la evaluación de los procesos de innovación en el sector hotelero.....	53



2.2.1.1. Modelos de análisis del entorno hotelero.....	53
2.2.1.2. Modelo de análisis estratégico interno sobre estrategias de inversión en innovación y TICs.....	54
2.2.2. La Cadena de Valor en el hotel: innovaciones y TICs.....	56
Capítulo 3. ANÁLISIS EXTERNO: EL EFECTO DEL ENTORNO EN LAS ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN Y TICs DE LOS HOTELES.....	61
3.1. Panel de expertos sobre el impacto del entorno en las estrategias de innovación en el sector hotelero.....	61
3.2. El turista del siglo XXI: nuevos hábitos de compra y expectativas.....	63
3.3. El impacto del incremento de la competitividad en el mercado turístico español.....	65
3.4. El apoyo de las AAPP a la innovación hotelera.....	73
3.5. Estrategias competitivas de los hoteles: la innovación en la empresa hotelera española.....	76
3.5.1. Cooperación en materia de innovación en los hoteles de la Comunidad de Madrid.....	86
Capítulo 4. ANÁLISIS INTERNO: ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN Y TICs DE LOS HOTELES DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....	89
4.1. Características básicas de la innovación de producto y proceso en los hoteles de la Comunidad de Madrid.....	89
4.2. Innovación y TICs en las actividades de la Cadena de Valor del hotel.....	94
4.3. Marketing: principal actividad de innovación.....	95
4.4. Innovaciones de proceso a través de la mecanización de tareas.....	98
4.5. Innovaciones de producto y la ampliación de la cartera hotelera de productos.....	102
4.6. Innovaciones en la actividad de administración: redes y conectividad.....	107
4.7. RRHH y formación: piedras angulares en la innovación hotelera.....	113
4.8. Impactos de la inversión en innovación y TICs y factores determinantes de su éxito.....	115



4.8.1. El efecto de la formación en los impactos de la innovación.....	118
4.8.2. Impacto de la inversión por actividades y conectividad.....	121
Capítulo 5. CONCLUSIONES.....	129
5.1. Conclusiones sobre el marco teórico: desarrollo de modelos de análisis propios.....	129
5.2. Hipótesis de partida y su validación.....	130
5.3. Recomendaciones en la gestión de la innovación hotelera.....	134
5.4. Futuras líneas de investigación.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	137
Anexo 1: RESULTADOS DEL PANEL DE EXPERTOS.....	149
Anexo 2: ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN Y TICS DE LOS HOTELES DE 3, 4 Y 5 ESTRELLAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....	157
Anexo 3: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN EN INNOVACIÓN Y TICS DE LOS HOTELES DE 3, 4 Y 5 ESTRELLAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....	183

