

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN.....   | 13 |
| 1.1. Justificación y objeto de la investigación.....   | 13 |
| 1.2. Estructura de la investigación.....   | 15 |
| 2. LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN<br>Y LA INDUSTRIA TURÍSTICA.....                   | 16 |
| 2.1. Evolución de las tecnologías de la información y comunicación<br>en la industria turística.....   | 16 |
| 2.2. Tipología de las tecnologías de la información y comunicación .....                               | 17 |
| 2.2.1. Proyectos colaborativos.....  | 18 |
| 2.2.2. Blogs.....  | 19 |
| 2.2.3. Comunidades de contenidos.....  | 20 |
| 2.2.4. Redes sociales.....   | 20 |
| 2.3. Impacto de las tecnologías de la información y comunicación<br>sobre la industria turística ..... | 21 |
| 2.3.1. Desintermediación del sector .....  | 21 |
| 2.3.2. Generación de valor.....  | 22 |
| 2.3.3. Gestión de la información .....   | 22 |
| 2.3.4. Gestión de relaciones.....  | 23 |
| 2.3.5. Marketing y promoción.....  | 23 |
| 2.4. Tecnologías de la información y comunicación y revisiones online .....                            | 24 |
| 2.5. La adopción de las tecnologías de la información y comunicación.....                              | 25 |
| 3. LAS REDES SOCIALES Y LA INDUSTRIA TURÍSTICA .....   | 28 |
| 3.1. Las redes sociales online.....  | 29 |
| 4. METODOLOGÍA .....   | 33 |
| 4.1. Consumidores.....   | 33 |
| 4.1.1. El cuestionario .....   | 33 |
| 4.1.2. La muestra .....  | 34 |



|   |    |
|---|----|
| 4.2. Empresas.....  | 34 |
| 4.2.1. El cuestionario .....  | 34 |
| 4.2.2. La muestra .....   | 34 |
| 5. RESULTADOS .....   | 36 |
| 5.1. Consumidores.....  | 36 |
| 5.1.1. Perfil del encuestado: la muestra.....   | 36 |
| 5.1.2. Tecnologías disponibles y utilización de las redes sociales .....                                  | 37 |
| 5.1.3. Motivaciones asociadas a la utilización de las redes sociales .....                                | 40 |
| 5.1.4. Confianza.....   | 42 |
| 5.1.5. Organización del viaje y las redes sociales .....  | 44 |
| 5.1.6. Seguimiento de empresas a través de las redes sociales.....  | 50 |
| 5.2. Empresas.....  | 53 |
| 5.2.1. Perfil de los directivos y establecimientos encuestados: la muestra .....                          | 53 |
| 5.2.2. Presencia de la empresa en las redes sociales .....  | 54 |
| 5.2.3. Adopción de las redes sociales.....  | 55 |
| 5.2.4. Redes sociales y su impacto sobre el desempeño empresarial.....                                    | 61 |
| 6. CONCLUSIONES.....  | 63 |
| Futuras líneas de investigación .....   | 65 |
| 7. ANEXOS.....  | 66 |
| ANEXO 1. MODELO DE CUESTIONARIO REALIZADO A USUARIOS<br>DE REDES SOCIALES ONLINE .....                    | 66 |
| 1. Tecnologías y utilización de las redes sociales online.....  | 66 |
| 2. Motivaciones que le llevan a utilizar las TICs.....  | 68 |
| 3. Grado en el que considera que las redes sociales son sitios de confianza.....                          | 70 |
| 4. Organización de viajes de ocio o por motivos laborales.....  | 71 |
| 5. Redes sociales online y seguimiento de empresas u organismos turísticos.....                           | 74 |
| 6. Datos sociodemográficos.....   | 75 |
| ANEXO 2. MODELO DE CUESTIONARIO ENVIADO A LAS EMPRESAS .....  | 76 |
| 1. Presencia de la empresa en las redes sociales .....  | 76 |
| 2. Factores que afectan a la adopción de las redes.....   | 77 |
| 3. Valoración sobre los resultados percibidos que se han generado<br>por adoptar las redes sociales ..... | 80 |
| 4. Información sobre la empresa.....  | 81 |
| 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....  | 82 |



## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Ficha técnica de la investigación.....  | 35 |
| Tabla 2. Dispositivos utilizados para conectarse a las redes sociales.....             | 37 |
| Tabla 3. Redes sociales a las que pertenece el usuario.....                            | 38 |
| Tabla 4. Grado de utilización de las redes sociales.....                               | 39 |
| Tabla 5. Tamaño de la red social.....  | 40 |
| Tabla 6. Valoración sobre las motivaciones que llevan a utilizar las redes sociales... | 41 |
| Tabla 7. Confianza y privacidad con respecto a las redes sociales.....                 | 43 |
| Tabla 8. Organización de los viajes.....   | 45 |
| Tabla 9. Utilización de las redes sociales para la organización del viaje.....         | 46 |
| Tabla 10. Utilización de las redes sociales antes de hacer el viaje.....               | 47 |
| Tabla 11. Utilización de las redes sociales durante el viaje.....                      | 48 |
| Tabla 12. Utilización de las redes sociales después del viaje.....                     | 49 |
| Tabla 13. Grado de utilización de las redes sociales para la búsqueda de información.  | 50 |
| Tabla 14. Redes sociales y relación con las empresas.....                              | 51 |
| Tabla 15. Redes sociales y feedback.....   | 52 |
| Tabla 16. Perfil del directivo encuestado.....   | 53 |
| Tabla 17. Perfil de la empresa encuestada.....   | 53 |
| Tabla 18. Redes sociales en las que está presente la empresa.....                      | 54 |
| Tabla 19. Grado de implantación de las redes sociales en la empresa.....               | 55 |
| Tabla 20. Riesgo percibido por las empresas.....                                       | 56 |
| Tabla 21. Utilidad percibida por las empresas.....                                     | 57 |



|   |    |
|---|----|
| Tabla 22. Facilidad de uso percibida por las empresas .....                 | 58 |
| Tabla 23. Adopción de las redes sociales por parte de las empresas.....     | 59 |
| Tabla 24. Presión para adoptar las redes sociales.....                      | 60 |
| Tabla 25. Apoyo de la alta dirección para adoptar las redes sociales .....  | 61 |
| Tabla 26. Impacto de las redes sociales en el desempeño de la empresa ..... | 62 |

