

ÍNDICE

Resumen.....	4
Introducción	5
Objetivos	7
Metodología.....	7
CAPÍTULO I	8
Marco Teórico.....	8
Internet y usuarios de internet.....	8
Marketing Turístico	11
Publicidad	16
Marketing Digital	19
Turismo y Publicidad.....	25
Publicidad de Pago Por Clic en motores de búsqueda.....	32
CAPÍTULO II.....	37
Trabajo de campo.....	37
Google Ads	37
Estudios de caso.....	54
Entrevistas	59
CAPÍTULO III.....	62
Conclusiones	62
Bibliografía	66
Anexos.....	69
Anexo I	69
Anexo II	70
Anexo III	72
Anexo IV.....	73