

Indice

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	4
Tema de investigación	4
Fundamentación del tema	6
Metodología	6
Objetivos	7
ESTRUCTURA DE LA TESIS	7
CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO	8
1) EL CICLO DEL VIAJE	8
<i>Las etapas de la experiencia turística</i>	8
<i>Las nuevas tecnologías y el turismo</i>	9
<i>El impacto de Internet en turismo</i>	9
<i>Definición de E-Commerce</i>	11
<i>Perfil del consumidor turístico actual</i>	12
2) EL MARKETING MÓVIL, SOCIAL Y GEOLOCALIZADO	15
<i>Marketing y Turismo</i>	15
<i>El concepto SOLOMO</i>	16
<i>El impacto en la experiencia turística</i>	17
3) APLICACIONES SOCIALES Y MÓVILES	17
<i>Redes y aplicaciones sociales</i>	17
<i>Las aplicaciones móviles</i>	26
<i>Dispositivos móviles</i>	32
CAPITULO 2: MARCO EMPÍRICO	34
DESTINO: LAS GRUTAS	34
RESULTADO DE ENTREVISTAS A TURISTAS (DEMANDA)	40
MOMENTOS DEL VIAJE	42
<i>Antes del viaje</i>	42
<i>Durante el viaje</i>	42
<i>Después del viaje</i>	43
ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	44
RESULTADO DE ENTREVISTAS A SECTOR PRIVADO (OFERTA)	46
CAPITULO 3: CONCLUSIONES FINALES	49
CONSIDERACIONES PERSONALES	51
BIBLIOGRAFÍA	52
ANEXOS	57
MODELO DE ENTREVISTA A TURISTAS (DEMANDA)	57
<i>Tabla de entrevistados</i>	59
MODELO DE ENTREVISTA AL SECTOR PRIVADO (OFERTA)	67
OFERTA	67
<i>Otras aplicaciones móviles utilizadas por los turistas de Las Grutas</i>	68