

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

0	INTRODUCCIÓN.....	1
	0.1 Justificación del estudio.....	1
	0.2 Objetivos de la tesis.....	2
	0.3 Estructura de la investigación.....	4
1	INTEGRACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS.....	6
	1.1 Integración de la tecnología en los servicios.....	6
	1.2 Enfoque empresarial de la integración tecnológica en los servicios.....	7
	1.2.1 Tipos de integración tecnológica en los servicios.....	9
	1.2.2 Integración Tecnológica en Hoteles y Stakeholders: Servicios Web, Back-End y Bases de Datos.....	12
	1.2.3 Optimización tecnológica en la industria hotelera.....	13
	1.2.1 El impacto de la integración tecnológica en los servicios y la hostelería 16	
2	EXPERIENCIA EN TIC.....	19
	2.1 Introducción a la Experiencia en TIC (ETIC).....	19
	2.1.1 Experiencia informática en gestión de servicios.....	22
	2.1.2 ETIC en el sector hotelero.....	25
	2.1.3 El impacto de ETIC en la industria hotelera.....	26
3	PRÁCTICAS DE RRHH QUE FOMENTAN EL CONOCIMIENTO.....	28
	3.1 Objetivos y contenidos del capítulo.....	28
	3.2 Gestión de Recursos Humanos.....	30
	3.3 Compromiso organizacional.....	31
	3.3.1 Formación y desarrollo.....	33
	3.3.2 Satisfacción en el trabajo.....	33

3.3.3	Bienestar psicológico.....	33
3.3.4	Liderazgo .....	33
3.3.5	Confianza .....	34
3.3.6	Promoción de personal .....	34
3.3.7	Cultura organizacional.....	34
3.3.8	Clima organizacional .....	35
3.3.9	Oportunismo .....	35
3.3.10	Dependencia .....	35
3.3.11	Empoderamiento .....	35
	3.4 Prácticas de Recursos Humanos .....	36
3.4.1	Compromiso de RRHH en el sector turístico .....	42
4	PODER DE NEGOCIACIÓN CON EL CLIENTE .....	43
	4.1 Introducción al <i>Customer Power</i> .....	43
4.1.1	Mayor participación del consumidor en la gestión de servicios	45
4.1.2	Tipos de poder del consumidor en la gestión de servicios .....	47
4.1.3	El poder del consumidor en la industria hotelera.....	49
4.1.4	Impacto futuro del empoderamiento del consumidor en la industria hotelera	51
5	CAPACIDAD DE LAS REDES SOCIALES PARA TRANSMITIR CONOCIMIENTO 53	
	5.1 Introducción.....	53
	5.2 Tecnologías Web 2.0.....	55
	5.3 Tipos de redes sociales para transmitir conocimiento .....	56
5.3.1	La utilización de la tecnología Web 2.0. en sector servicios .....	60
5.3.2	Redes sociales y el sector hotelero .....	61

5.3.3	Relación entre RRSS y la creación de innovaciones .....	63
6	CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN SERVICIOS.....	66
6.1	Introducción.....	66
6.2	Marco conceptual de la innovación.....	70
6.3	Evolución y tipos de innovación.....	73
6.4	Innovación en servicios.....	79
6.5	Innovación en el sector hotelero. ....	82
7	MODELO TEÓRICO.....	84
7.1	Introducción.....	84
7.1.1	Justificación de los constructos utilizados .....	85
7.2	Relación entre integración de las tecnologías y la capacidad de innovación en servicios.....	86
7.3	La experiencia en TIC y la capacidad de innovación en servicios .....	87
7.4	Prácticas de recursos humanos que fomentan el conocimiento y la capacidad de innovación en servicios .....	88
7.5	El poder de negociación con el cliente y la capacidad de innovación en servicios.....	90
7.6	La integración de tecnologías y la capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento .....	91
7.7	La experiencia en IT y la capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento.....	92
7.8	Las prácticas de recursos humanos que fomentan el conocimiento y la capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento .....	93
7.9	El poder de negociación con clientes y la capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento .....	94
7.10	La capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento y la capacidad de innovación en servicios .....	96
8	METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA INVESTIGACIÓN.....	98

8.1	Introducción a la metodología utilizada .....	98
8.2	Descripción del modelo .....	99
8.2.1	Sistemas de modelización basados en ecuaciones estructurales (MEE) .....	99
8.2.2	Diseño de la investigación empírica .....	101
8.2.3	Ficha técnica del estudio empírico .....	103
8.2.4	Diseño de la encuesta .....	104
8.2.5	Cuestionario utilizado .....	105
8.3	Análisis de la industria hotelera .....	109
8.3.1	Análisis del mercado hotelero español .....	109
8.3.2	Relación entre los constructos y el sector objetivo de la investigación .....	113
9	RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO .....	116
9.1	Objetivo del estudio .....	116
9.2	Instrumentos de medición .....	117
9.2.1	Escala de medición de integración de las tecnologías .....	117
9.2.2	Escala de medición de experiencia en TIC .....	118
9.2.3	Escala de medición de prácticas de recursos humanos que fomentan el conocimiento .....	119
9.2.4	Escala de medición del poder de negociación con el cliente .....	121
9.2.5	Escala de medición de la capacidad de las redes sociales para transferir conocimiento .....	122
9.2.6	Escala de medición de la capacidad de innovación en servicios .....	123
9.3	Análisis de las propiedades de las escalas de medida utilizadas .....	124
9.3.1	Medidas de ajuste .....	125

9.3.2	Fiabilidad .....	128
9.3.3	Validez .....	130
9.3.4	Evaluación de las hipótesis.....	132
9.3.5	Inspección de la Hipótesis 1 .....	132
9.3.6	Inspección de Hipótesis 2.....	136
9.3.7	Evaluación de la Hipótesis 3.....	139
9.3.8	Inspección de la Hipótesis 4 .....	142
9.3.9	Inspección de la Hipótesis 5 .....	144
9.3.10	Evaluación de la Hipótesis 6.....	147
9.3.11	Inspección de la Hipótesis 7 .....	149
9.3.12	Inspección de la Hipótesis 8.....	151
9.3.13	Evaluación del modelo global: Hipótesis 9.....	152
10	CONCLUSIONES, LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	155
10.1	Conclusiones del modelo teórico.....	155
10.2	Conclusiones en el sector hotelero posteriormente a la pandemia.....	157
10.2.1	La Inteligencia Artificial (IA) en la innovación en servicios mediante la transmisión de conocimiento de las redes sociales: sector turístico.....	159
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	161

# ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ventajas integración tecnológica en hoteles .....	17
Ilustración 2: Impacto de los conocimientos TI en las organizaciones. ....	21
Ilustración 3: Departamentos implicados en la gestión de recursos humanos. ....	29
Ilustración 4: Aplicación de la Web 2.0. en empresas. ....	60
Ilustración 5: El impacto de la innovación en las organizaciones. ....	66
Ilustración 6: La categorización de la innovación en los países de la Unión Europea. .....	68
Ilustración 7: Repartición de recursos en actividad innovadoras en el año 2022 (%) .....	79
Ilustración 8: Resumen de la conceptualización del estudio. ....	97
Ilustración 9: Ejemplo de etapas de una investigación de mercado.....	102
Ilustración 10: Porcentaje del PIB que representa en España el sector turístico. ..	109
Ilustración 11: Aportación del sector turístico al PIB y empleo. ....	110
Ilustración 12: Distribución de gastos de turistas internacionales distribuido por partidas. ....	111
Ilustración 13: Gráfico evolutivo de turistas extranjeros (millones) en hoteles en España. ....	111
Ilustración 14: Número de hoteles en España entre 2008 y 2022. ....	112
Ilustración 15: Media anual de ocupación distribuido por categorías de hotel. ....	112
Ilustración 16: Grado de ocupación de las habitaciones de los hoteles por categoría, España (2022).....	113

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de integración tecnológica en los servicios contemporáneos.....	11
Tabla 2: Revisión de autores que han investigado las prácticas de recursos humanos. .....	36
Tabla 3: Las prácticas de recursos humanos que se utilizan con más frecuencia.....	41
Tabla 4: La influencia del consumidor en las decisiones y resultados de la empresa .....	47
Tabla 5: Inversiones en iniciativas de vanguardia y empresas innovadoras en el año 2023. ....	68
Tabla 6: El gasto en innovación por tipo de gasto en el año 2023.....	69
Tabla 7: Diferentes formas de definir innovación.....	72
Tabla 8: Diferentes formas de generar innovaciones. ....	75
Tabla 9: Diferente clasificaciones de innovación .....	76
Tabla 10: Empresas innovadoras. Años 2020 hasta 2022. Expresado en porcentaje sobre el total de las empresas .....	78
Tabla 11: Divulgaciones con relación a la innovación.....	80
Tabla 12: La distribución del Producto Interno Bruto (PIB) en diferentes sectores: España, la UE y los Estados Unidos. ....	81
Tabla 13: Gasto en iniciativas innovadoras en diferentes sectores en España para el año 2022. ....	81
Tabla 14: Resumen de la ficha técnica de las investigaciones realizadas. ....	103
Tabla 15: Elementos derivados de la escala de medición de 7 puntos de Likert....	104
Tabla 16: Gasto de los turistas internacionales por importe gastado (2022) .....	110
Tabla 17: Categorización de modelos que analizan múltiples variables.....	116
Tabla 18: Medidas de ajuste .....	128
Tabla 19: Índices del modelo 1ª hipótesis.....	133

Tabla 20: Parámetros estimados en el modelo de medida exógeno y endógeno..	134
Tabla 21: Estimación del índice de fiabilidad en el modelo estructural de la 1ª hipótesis.....	135
Tabla 22: Ajuste del modelo de la 2ª hipótesis.....	137
Tabla 23: Parámetros de medida exógeno y endógeno. ....	137
Tabla 24: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la 2ª hipótesis.....	138
Tabla 25: Índices de ajuste del modelo de la 3ª hipótesis .....	139
Tabla 26: Parámetros estimados en nuestro modelo.....	140
Tabla 27: Fiabilidad en el modelo estructural de la 3ª hipótesis .....	141
Tabla 28: Ajuste del modelo de la 4ª hipótesis.....	142
Tabla 29: Parámetros de medida exógeno y endógeno 4ª hipótesis .....	143
Tabla 30: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la 4ª hipótesis.....	144
Tabla 31: Ajuste del modelo de la 5ª hipótesis.....	145
Tabla 32: Parámetros medida exógeno y endógeno 5ª hipótesis .....	146
Tabla 33: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la quinta hipótesis....	147
Tabla 34: Ajuste del modelo de la 6ª hipótesis.....	148
Tabla 35: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la 6ª hipótesis.....	149
Tabla 36: Índices de ajuste del modelo de la 7ª hipótesis .....	150
Tabla 37: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la 7ª hipótesis.....	150
Tabla 38: Ajuste de la 7ª hipótesis .....	151
Tabla 39: Parámetro fiabilidad en el modelo estructural de la 8ª hipótesis.....	152
Tabla 40: Ajuste del modelo de la 9ª hipótesis.....	153