

Tabla de Contenidos

1	Introducción	14
1.1	Justificación del tema.....	14
1.2	Antecedentes	16
1.3	Objetivos.....	17
1.3.1	Objetivos específicos.....	18
1.3.2	Estructura del trabajo de investigación.....	19
2	Marco teórico de las Redes Sociales online.....	21
2.1	Objetivos.....	21
2.2	Fundamentos de las redes sociales online.....	21
2.2.1	Evolución histórica	21
2.2.2	La Web 2.0 y las redes sociales online.....	25
2.3	Características de las Redes sociales online.....	37
2.3.1	Definición.....	37
2.3.2	Características funcionales	37
2.3.3	Características técnicas.....	39
2.3.4	Resumen gráfico del concepto de Redes Sociales Online	40
2.4	Tipología de redes sociales online.....	42
2.4.1	Redes sociales indirectas	42
2.4.2	Redes sociales Directas.....	43
2.5	Redes sociales en la empresa	53
2.5.1	Redes sociales corporativas (CSN).....	55
2.5.2	Redes sociales de empresa (ESN).....	59
2.6	Utilidad de las redes sociales para la empresa	64
2.6.1	Crear un sistema de inteligencia competitiva.....	67
2.6.2	Traer conocimiento estable y empoderar a las personas.....	68
2.6.3	Conectar a las personas.....	69

2.6.4	Soporte al intercambio de conocimiento continuo.....	70
2.6.5	Localizar talento en la organización	71
2.6.6	Incrementar el capital intelectual	72
2.6.7	Impulsar la innovación.....	72
2.6.8	Crear una comunidad para colaborar.....	73
2.6.9	Mejorar el proceso de pensamiento individual a colectivo.....	74
2.6.10	Hacer del aprendizaje un proceso continuo en la organización	74
2.6.11	Atraer y retener talento	75
2.6.12	Como potente herramienta de marketing	78
2.6.13	Como herramienta de comunicación corporativa	82
2.6.14	Como herramienta de dirección y liderazgo.....	83
2.6.15	Otros beneficios	83
2.7	Redes sociales online para emprendedores y ecosistemas de emprendimiento	84
2.7.1	Introducción.....	84
2.7.2	Emprendedores.....	85
2.7.3	Ecosistemas de Emprendimiento.....	91
3	Marco teórico de los estilos de liderazgo	102
3.1	Introducción	102
3.2	Estilos de liderazgo	105
3.2.1	Orígenes en la literatura sobre estilos de liderazgo.....	105
3.2.2	El Sistema de gestión de Likert.....	107
3.2.3	El modelo del grid gerencial de Blake-Mouton.....	107
3.2.4	Liderazgo situacional de Hersey-Blanchard.....	111
3.2.5	Teoría camino-meta o Path-Goal	112
3.2.6	Los 6 estilos emocionales de liderazgo.....	113
3.2.7	La matriz de liderazgo de Randle	116
3.2.8	Liderazgo transformacional	116
3.2.9	Liderazgo transaccional	119
3.2.10	Otros estilos de liderazgo	125

3.3	Resumen gráfico de los estilos de liderazgo	128
4	Marco teórico de la Capacidad de Aprendizaje Organizativo	130
4.1	Introducción	130
4.2	El conocimiento	132
4.3	El aprendizaje organizativo.....	133
4.3.2	Crear conocimiento en las organizaciones	136
4.4	Capacidad de Aprendizaje Organizativo	141
4.4.1	Dimensiones de la capacidad de aprendizaje organizativo	142
4.4.2	Resumen gráfico de la Capacidad de Aprendizaje Organizativo	145
5	Propuesta de hipótesis.....	147
5.1	Introducción	147
5.1.1	La importancia actual de los constructos del estudio	148
5.2	Redes sociales y estilos de liderazgo	150
5.3	Redes sociales y capacidad de aprendizaje organizativo	156
5.4	Relación entre las redes sociales, estilos de liderazgo y capacidad de aprendizaje organizativo.....	160
6	Metodología de investigación	167
6.1	Objetivos	167
6.2	Sector del Turismo	168
6.2.1	Investigación en el sector del Turismo	169
6.2.2	Importancia y economía del sector Turismo en España.....	172
6.2.3	El sector hotelero y los hoteles en España	174
6.2.4	Turismo y redes sociales online	175
6.3	Metodología de Investigación	179
6.3.1	Los modelos de ecuaciones estructurales	180
6.3.2	Diseño de la investigación empírica	184
7	Resultados del estudio empírico.....	196
7.1	Objetivos.....	196

7.2	Análisis de las propiedades de las escalas de medida	196
7.2.1	Evaluación de la escala de medida de los estilos de liderazgo	196
7.2.2	Evaluación de la escala de medida de capacidad de aprendizaje organizativo	208
7.2.3	Evaluación de la escala de grado de introducción de las redes sociales online.....	216
7.3	Contraste de hipótesis mediante la utilización de modelos de ecuaciones estructurales ..	219
7.3.1	Test de la primera hipótesis.....	219
7.3.2	Test de la segunda hipótesis	223
7.3.3	Test de la tercera hipótesis.....	228
8	Conclusiones.....	232
8.1	Introducción	232
8.2	Conclusiones referentes a las variables de estudio	234
8.2.1	Redes sociales online.....	234
8.2.2	Estilos de Liderazgo	235
8.2.3	Capacidad de Aprendizaje Organizativo	241
8.3	Conclusiones referentes al modelo teórico	242
8.4	Conclusiones acerca de los resultados empíricos.....	243
8.5	Conclusiones acerca del sector turismo.....	246
8.6	Implicaciones prácticas en la empresa	247
8.7	Limitaciones	255
8.8	Futuras investigaciones.....	256
9	Referencias	258