

MODELO DE RELACIÓN ENTRE REDES SOCIALES ONLINE, ESTILOS DE  
LIDERAZGO Y CAPACIDAD DE APRENDIZAJE ORGANIZATIVO EN  
EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

Tesis doctoral presentada por:

Hugo de Juan Jordán

DIRECTOR: DR. Daniel Palacios-Marqués

CODIRECTOR: DRA. María Guijarro-García

Valencia, 2018

**Resumen**

Este estudio plantea la relación y el posible efecto cruzado de las redes sociales online, los estilos de liderazgo y la capacidad de aprendizaje organizativo en las empresas turísticas, que forman parte de un sector clave para la economía española. La revisión de la literatura describe cómo el uso de las redes sociales online permite a las empresas dialogar con sus clientes, pero también facilita a los empleados participar en la gestión del conocimiento conversacional y colaborativo, modelos que por su parte enriquecen sus procesos cognitivos y creativos. Los resultados muestran la importancia de que el líder incorpore no sólo las herramientas sino la filosofía de las redes sociales dentro de la cultura de su empresa como herramienta de comunicación, colaboración y gestión del conocimiento para los miembros de su empresa, para él mismo y para el nuevo consumidor: el turista 3.0, un usuario digital activo que se ha convertido en productor de contenidos y de tendencias, al compartir sus impresiones de viaje y sus recomendaciones sobre empresas, productos y servicios.

Keywords: redes sociales online, empresas turísticas, estilos de liderazgo, capacidad de aprendizaje organizativo.