

LAS REDES SOCIALES EN LA HOTELERÍA

Caso Camagüey (Cuba)

Quirina Maribel Morales Ballagas
Iliana Cervantes Alonso
Alberto Rodríguez Fernández
Centro de Capacitación del Turismo.
Formatur, Camagüey, Cuba.

Se realizó una investigación mixta para caracterizar el uso de las redes sociales en la hotelería del destino Camagüey, Cuba. Fueron empleadas las técnicas de análisis de documentos y entrevistas, así como la herramienta analítica online FanpageKarma. Se identifica que la mayoría de los hoteles tienen una presencia incipiente en Facebook con bajos resultados de actividad y engagement de los usuarios, se emplea básicamente como canal de comunicación y no se explotan otras funciones de las redes sociales (atención al cliente, investigación y prácticas de co-creación de productos), lo que revela una gestión poco eficiente de este medio. Se discuten las implicaciones prácticas de estos resultados.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, hotelería, Facebook, TIC.