



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

**La influencia de las redes sociales en la demanda turística del
hostel Intikilla en Miraflores - Lima, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORAS:

Martínez Sepúlveda, Lesly Mirely (ORCID: 0000-0002-5660-1732)

Romero Solis, Brenda Carolina (ORCID: 0000-0001-8535-1966)

ASESORA:

Mgtr. Velásquez Viloche, Leli Violeta (ORCID: 0000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión turística

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A nuestros padres por habernos formado como la persona que somos hoy en día; muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes entre los que se incluye este. Gracias por mostrarnos el camino hacia la superación.
Gracias mamá y papá.

Agradecimiento

A nuestras familias por sus consejos, comprensión y apoyo incondicional a lo largo de nuestros estudios.

A nuestra asesora Leli, quien nos incentivó en muchos sentidos a seguir adelante y sin su apoyo esto no sería posible.

Y a todas las personas que de una u otra forma nos apoyaron para la realización de este proyecto.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2 Categorías, Subcategorías y Matriz de categorización.....	15
3.3 Escenario de estudio.....	16
3.4 Participantes.....	17
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.6 Procedimiento.....	18
3.7 Rigor Científico.....	18
3.8 Método de análisis de datos.....	19
3.9 Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES.....	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS.....	39

RESUMEN

El informe de investigación tiene como objetivo general determinar la influencia de las redes sociales en la demanda turística del hostel Intikilla en Miraflores - Lima, 2020

En cuanto a la metodología, el informe fue de tipo básica con un enfoque cualitativo de nivel descriptivo, en cuanto al diseño es fenomenológico. Se utilizó como técnica de recolección de datos la entrevista y la guía de entrevista como instrumento.

Se evidencia que los resultados de las redes horizontales influyen de manera directa, ya que son muy utilizadas tanto por el área administrativa y por los turistas, que lo utilizan para realizar una reserva resaltando a Facebook considerando que esta última es más fácil de acceder por el contrario las redes verticales influyen indirectamente debido a que estas redes como Xing, LinkedIn y Viadeo no son muy conocidas, dado que no son utilizadas.

En conclusión, existe influencia entre el uso de las redes sociales y la demanda turística lo cual está principalmente definido por las entrevistas realizadas al área administrativa como a los turistas que asisten al hostel Intikilla debido a que la tecnología ha avanzado mucho hoy en día y los encargados deben tomar en cuenta y enfocarse más en ello.

Palabras claves: redes sociales, redes verticales, redes horizontales, demanda turística.

ABSTRACT

The general objective of the research report is to determine the influence of social networks on the tourist demand of the Intikilla hostel in Miraflores - Lima, 2020

Regarding the methodology, the report was of a basic type with a qualitative approach at a descriptive level, as for the design it is phenomenological. The interview and the interview guide were used as the data collection technique as an instrument.

It is evident that the results of horizontal networks have a direct influence, since they are widely used both by the administrative area and by tourists, who use it to make a reservation highlighting Facebook considering that the latter is easier to access so On the contrary, vertical networks influence indirectly because these networks such as Xing, LinkedIn and Viadeo are not well known, since they are not used.

In conclusion, there is an influence between the use of social networks and the tourist demand, which is mainly defined by the interviews carried out in the administrative area and how the tourists who attend the Intikilla hostel due to the fact that technology has advanced a lot nowadays and those in charge must take into account and focus more on it.

Keywords: social networks, vertical networks, horizontal networks, tourist demand.