

Universidad del Atlántico Medio

Estrategias de marketing digital en pequeñas empresas turísticas de Gran Canaria

Trabajo fin de grado — Grado en Administración y Dirección de Empresas

Autoría: Rodríguez Afonso, Daniel

Año: 2024

Registro de demostración. Contenido ficticio creado para pruebas del repositorio.

Resumen

Se estudian las estrategias de comunicación digital de doce alojamientos rurales de Gran Canaria. El análisis de contenido de sus redes sociales y entrevistas a sus gerentes muestra una baja planificación y una dependencia elevada de plataformas de reserva intermediarias.

Palabras clave: marketing digital, turismo, pymes, redes sociales

1. Introducción

Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la
sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo
para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de
ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto
de ejemplo para la sección.

2. Marco teórico

[illegible]

3. Metodología

Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la
sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo
para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de
ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto
de ejemplo para la sección.

4. Resultados

[illegible]

5. Conclusiones

Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la
sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo
para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de
ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto de ejemplo para la sección. Texto
de ejemplo para la sección.