



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

**ANÁLISIS DE
HERRAMIENTAS
COLABORATIVAS (GMAIL,
DROPBOX, GDRIVE, ZOHIO,
ETC.) Y PROPUESTAS DE
USO RELACIONADAS CON
LA GESTIÓN EN TURISMO**

Alumno: Rocío Moreno Romero

Junio, 2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	pág. 8
2. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS. CONCEPTO Y ENFOQUE GENERAL.....	pág. 9
2.1. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LAS HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.....	pág. 11
3. CLASIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.....	pág. 12
3.1. HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS. 3.2.1. Google Drive (anteriormente Google Docs).....	pág. 12
3.2.2. Zoho.....	pág. 14
3.2.3. Prezi.....	pág. 15
3.2. HERRAMIENTAS DE ALMACENAMIENTO. 3.1.1. Google Drive.....	pág. 16
3.1.2. Dropbox.....	pág. 18
3.1.3. Microsoft One Drive.....	pág. 19
3.3. HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN PERSONAL. 3.3.1. Google Calendar.....	pág. 20
3.3.2. Remember the milk.....	pág. 21
3.3.3. Wunderlist.....	pág. 22
3.3.4. Google Keep.....	pág. 23

3.3.5. Evernote.....	pág. 24
----------------------	---------

3.4. HERRAMIENTAS DE CORREO

3.4.1. Gmail.....	pág. 25
3.4.2. Outlook.....	pág. 27
3.4.3. Listas de distribución.....	pág. 28

3.5. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CONTENIDOS.

3.5.1. Blog.....	pág. 29
3.5.2. Moodle.....	pág. 31
3.5.3. Wiki.....	pág. 32
3.5.4. Ilias.....	pág. 33
3.5.5. Feedly.....	pág. 33

3.6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN.

3.6.1. Skype.....	pág. 35
3.6.2. Huddle y Basecamp.....	pág. 36
3.6.3. Foro electrónico.....	pág. 37
3.6.4. Redes sociales.....	pág. 38
3.6.4.1. Facebook.....	pág. 38
3.6.4.2. Twitter.....	pág. 39
3.6.4.3. Instagram.....	pág. 40
3.6.4.4. LinkedIn.....	pág. 41
3.6.5. Hangouts.....	pág. 42
3.6.6. Hello Firefox.....	pág. 43

4. LAS NUEVAS HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.

4.1. Jolicloud.....	pág. 45
4.2. Multcloud.....	pág. 45

4.3. Cloudii.....	pág. 46
4.4. Primadesk.....	pág. 47
4.5. Zero PC.....	pág. 48
5. PROPUESTAS DE USO DE LAS HERRAMIENTAS	
COLABORATIVAS.....	pág. 49
5.1. Ejemplo 1. Foro electrónico.....	pág. 50
5.2. Ejemplo 2. Redes sociales y wikis.....	pág. 50
5.3. Ejemplo 3. Propuesta propia.....	pág. 51
6. CONCLUSIONES.....	pág. 56
7. BIBLIOGRAFÍA.....	pág.57

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Drive.....	pág. 13
Figura 2. Ejemplo de herramienta colaborativa. Zoho.....	pág. 15
Figura 3. Ejemplo de herramienta colaborativa. Prezi.....	pág. 15
Figura 4. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Drive.....	pág. 17
Figura 5. Ejemplo de herramienta colaborativa. Acceso a Dropbox.....	pág. 18
Figura 6. Ejemplo de herramienta colaborativa. Dropbox.....	pág.19
Figura 7. Ejemplo de herramienta colaborativa. Microsoft One Drive.....	pág. 20
Figura 8. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Calendar.....	pág. 21
Figura 9. Ejemplo de herramienta colaborativa. Remember the milk.....	pág. 22
Figura 10. Ejemplo de herramienta colaborativa. Wunderlist.....	pág. 23
Figura 11. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Keep.....	pág. 24
Figura 12: Ejemplo de herramienta colaborativa. Evernote.....	pág. 25
Figura 13. Ejemplo de herramienta colaborativa. Gmail.....	pág. 26
Figura 14. Ejemplo de herramienta colaborativa. Outlook.....	pág. 27
Figura 15. Ejemplo de herramienta colaborativa. Listas de distribución.....	pág. 29
Figura 16. Ejemplo de herramienta colaborativa. Blog.....	pág. 30
Figura 17. Ejemplo de herramienta colaborativa. Moodle.....	pág. 31
Figura 18. Ejemplo de herramienta colaborativa. Wiki.....	pág. 32
Figura 19. Ejemplo de herramienta colaborativa. Ilias.....	pág. 33
Figura 20. Ejemplo de herramienta colaborativa. Feedly.....	pág. 34
Figura 21. Ejemplo de herramienta colaborativa. Skype.....	pág. 35

Figura 22. Ejemplo de herramienta colaborativa. Huddle y Basecamp.....	pág. 36.
Figura 23. Ejemplo de herramienta colaborativa. Foro electrónico.....	pág. 37
Figura 24. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Facebook.....	pág. 39
Figura 25: Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Twitter.....	pág. 40
Figura 26. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Instagram.....	pág. 41
Figura 27. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. LinkedIn.....	pág. 42
Figura 28. Ejemplo de herramienta colaborativa. Hangouts.....	pág. 43
Figura 29. Ejemplo de herramienta colaborativa. Hello Firefox.....	pág. 44
Figura 30. Ejemplo de herramienta colaborativa. Jolicloud.....	pág. 45
Figura 32. Ejemplo de herramienta colaborativa. CloudII.....	pág. 46
Figura 33. Ejemplo de herramienta colaborativa. Primadesk.....	pág. 47
Figura 34. Ejemplo de herramienta colaborativa. Zero Pc.....	pág. 48

RESUMEN

El uso y dependencia de Internet ha crecido de forma acelerada en los últimos años, además del uso de herramientas colaborativas con el objetivo de intercambiar, gestionar y controlar todo tipo de información de forma rápida y accesible a distintos usuarios. ¿Pero son conscientes las empresas del sector turístico de la existencia de estas herramientas? ¿Están capacitadas para su uso? ¿Quieren estarlo?

En este trabajo se parte de esta idea y se presenta el concepto de las herramientas colaborativas, así como las innumerables ventajas y algunos inconvenientes que conllevan el uso de las mismas. También se realiza una clasificación de las diferentes herramientas colaborativas más conocidas y utilizadas en la actualidad siguiendo diferentes criterios. Por último, se reflejan una serie de propuestas en el ámbito turístico para el uso de estas herramientas tanto en relación a los clientes como con otras empresas.

Palabras clave: turismo, herramienta, colaboración, usuarios, empresas.

ABSTRACT:

The use and Internet dependence has grown of form accelerated in the last years, besides the use of collaborative tools with the aim to exchange, to manage and control all kinds of information of rapid and accessible form to different users. But the companies of the tourist sector are conscious of the existence of these tools? Are they qualified for his use? Do they want to be?

In this work from this idea, it presents the concept of the collaborative tools, also a list with the innumerable advantages and some disadvantages that involve the use of the same ones. Also there is realized a classification of the different collaborative tools most known and their use at present following different judgment. Finally, there are different suggestions in the tourist area for the use of these tools in relation to the clients and others companies.

Key words: tourism, tools, collaborative, users, enterprises.

1. INTRODUCCIÓN.

La aparición de las tecnologías Web 2.0 y el desarrollo de herramientas colaborativas en los últimos años han supuesto un cambio en los mecanismos de trabajo de las empresas turísticas.

“El sector turístico se ha enfrentado continuamente a grandes cambios debido a la globalización de los mercados, la intensificación de la competencia y la evolución dinámica de las tecnologías” (Tsiotsou, 2010). Las herramientas colaborativas y en concreto la web 2.0 ha dado lugar a un cambio socio-cultural junto con una colaboración en línea y unos contenidos generados por los usuarios.

“Las tecnologías, principalmente las tecnologías sociales, cambian continuamente las necesidades y el comportamiento de los viajeros, los modelos de negocio y los servicios turísticos” (Pietro, Virgilio y Pantano, 2012). En este caso, las organizaciones del sector turístico permanecerán a largo plazo en función de su capacidad para satisfacer eficientemente las necesidades y deseos de los clientes, además de la capacidad con la que cuentan para integrar las herramientas colaborativas en el progreso de sus actividades y servicios con el objetivo de llevar a cabo su trabajo de forma eficaz y eficiente, a la vez que crea valor para el cliente y una ventaja competitiva sostenible para la propia organización.

En España muchos son conscientes de la importancia de las Tecnologías de la Información (TI) y de las propias herramientas colaborativas como punto de transformación permanente del sector turístico. La Secretaría de estado del turismo (2012) afirma que *“en los últimos años ha propuesto un conjunto de medidas con el objetivo de potenciar los destinos inteligentes y garantizar la promoción turística con un fuerte apoyo en dichas herramientas y los medios sociales, para maximizar el beneficio de las empresas del sector”*.

Sin embargo, pese a *“las ventajas que supone el uso de dichas herramientas, diversos estudios evidencian que organizaciones del sector turístico no las han asumido por la mayoría de éstas”* (MINETUR, 2013). La gran mayoría de las empresas tiene una presencia muy básica. Por lo que es recomendable asentar una serie de pautas que sirvan de orientación a las empresas sobre la utilización de estas

herramientas colaborativas y de qué forma pueden llevar a cabo mejoras en los resultados empresariales.

También, *“los clientes, los proveedores, e incluso el propio personal con el intercambio de información a través de los diferentes medios, sobre sus experiencias con productos y servicios (incluyendo información sobre el hotel, alojamiento y las instalaciones), junto con la facilidad y reducción de esfuerzos y tiempo de las actividades pueden representar importantes fuentes de inteligencia de mercado”* (Saldaña, 2011).

No obstante, según Law (2010) afirma que *“la industria turística, en el momento presente, no es conocedora aún de todas las herramientas disponibles y que aporten una mayor rentabilidad a largo plazo”; por lo que concluyen que la industria turística las necesita urgentemente a corto plazo”*.

2. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS. CONCEPTO Y ENFOQUE GENERAL.

En la actualidad, las empresas se enfrentan a grandes retos para lograr el éxito en un mercado competitivo global. La demanda de los clientes está variando a grandes pasos en términos de excelencia de los productos y servicios que necesitan. A causa de ello, las empresas turísticas necesitan responder mejor a los clientes y a las necesidades del mercado; con un incremento en el número de productos y / o servicios concretos de cada cliente, además de unos procesos más flexibles favoreciendo la reducción de los costes de la organización. Con el fin de responder de la mejor forma a estos desafíos, los directivos deben disponer de información actualizada sobre el rendimiento de la empresa. *“La tecnología y las herramientas colaborativas conforman un elemento fundamental para los negocios”* (Melvill, 2004).

Las Herramientas Colaborativas se definen como el conjunto de programas que se pueden encontrar como software libre o comercial y que permiten llevar a cabo un trabajo en grupo a la vez que ofrecen el soporte necesario para constituir una actividad o proyecto compartido, cuyo principal objetivo es el intercambio de información, su gestión y control. En general con estas herramientas se puede compartir información en

determinados formatos (audio, texto, video), además de producir conjuntamente nuevos materiales productos de la colaboración.

Por lo que básicamente, estas herramientas son los sistemas que permiten acceder a ciertos servicios que facilitan a los usuarios comunicarse y trabajar conjuntamente sin importar que estén reunidos un mismo lugar físico.

Muchas de estas herramientas facilitan tareas como publicación de información, búsquedas, accesos, etc. Es incuestionable que los resultados de esta colaboración son mayores que los conseguidos a partir del trabajo individual, sobre todo cuando se trata de realizarlo dentro de una empresa donde se intenta lograr el máximo rendimiento, y utilizar el conocimiento tácito y explícito de toda la organización, y por lo tanto, gestionar de esta forma todo el conocimiento.

Por otro lado, ya no podemos pensar en ordenadores aislados. Las capacidades de éstos pasan a un segundo plano, puesto que hoy día, lo que realmente interesa es que el ordenador sea un vehículo de transporte, transmisión y presentación de la información en el lugar y momento que sea necesario. La información no debe estar solo englobada en el ordenador, sino que se debe poder viajar hacia ella con el ordenador.

Las herramientas colaborativas requieren dos tipos de programas para poder establecer una “conversación” entre los usuarios que hacen uso de un servicio. En general trabajan bajo el término de cliente-servidor. Los clientes son los usuarios que hacen uso de un servicio y el servidor que trata de un equipo que proporciona servicios a los clientes. De forma habitual se emplean programas para que los clientes puedan acceder a estos servicios. Herramientas como el email se han vuelto de uso cotidiano para utilizar la Web como plataforma, es decir, no es necesario bajar ni instalar nada.

Según Miranda (2012) afirma que *“el Servidor es un programa que recibe una solicitud, realiza el servicio requerido y devuelve los resultados en forma de una respuesta. Además puede tratar múltiples usuarios. Este servicio es accesible desde Internet, una intranet o una red privada. Su función es coordinar el flujo de información y conservar dicha información”*

Además afirma que *“el Cliente en el cuál tenemos los programas clientes, hace referencia al software que posee cada usuario en su ordenador y que permite acceder a*

los servicios, además de ver informaciones publicadas por otros usuarios o publicar la propia.

Haciendo referencia a un ejemplo de Cliente y Servidor comentar que uno de los casos es el del correo electrónico. Los servidores de correo guardan, transportan y entregan mensajes que son abiertos, leídos y respondidos utilizando clientes de mail.

Pero quizás la falta de uso de estas tecnologías a causa del poco conocimiento de las empresas de la existencia de estas herramientas sea lo que prevalece en la actualidad. Por eso en este proyecto se proporciona la información más relevante sobre las herramientas colaborativas con el fin de dar a conocerlas a las empresas y a los propios futuros usuarios.

2.1. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LAS HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.

La utilización de estas herramientas colaborativas en el desarrollo de actividades de la organización, lleva consigo una serie de ventajas e inconvenientes, mencionados a continuación.

Una de las principales *ventajas* de dichas herramientas es la rapidez ya que permite a un grupo de trabajo realizar proyectos y actividades desde lugares remotos, con personas de todo el mundo, no solamente desde las instituciones a las que están relacionados, lo que genera cambios en términos de tiempo y gasto económico. Otras ventajas con las que cuentan dichas herramientas colaborativas son:

- Libre acceso a la información.
- Favorece la creación de conocimiento.
- Herramientas con amplia facilidad de difusión de la información y aceptación.
- Acceso a una extensa variedad de herramientas que servirán a las empresas y en especial, a las del sector turístico para crear y compartir información y conocimiento.
- Promueve y mejora la comunicación, coordinación e interacción.
- Desarrollo de destrezas de autodescubrimiento.

Por el contrario, también cuenta con una serie de desventajas que afectan el desarrollo de la actividad en la organización como:

- Dependencia de la infraestructura computacional.
- Riesgo de una percepción de informalidad, llegando a tener la percepción de que requiere un menor compromiso en la actividad.
- Temor a primeras experiencias y a la necesaria adquisición de nuevas herramientas tecnológicas. Si los empleados de la empresa no han utilizado anteriormente las herramientas, los primeros usos les pueden resultar difíciles a la hora de utilizarlas.

3. CLASIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.

Son diferentes los aspectos a considerar para realizar la clasificación de las diferentes herramientas colaborativas, puesto que existe un amplio número de las mismas. Sin embargo este proyecto se centra en las siguientes:

3.1. HERRAMIENTAS OFIMÁTICAS.

3.1.1. GOOGLE DRIVE (anteriormente Google Docs)

Es un procesador, un servicio de almacenamiento de datos y textos online totalmente gratuito que concede la oportunidad de crear y dar formato a documentos y hojas de cálculo, a la vez de cooperar con otras personas en tiempo real.

En la Figura 1 del documento aparecen las opciones de carácter ofimático que se pueden realizar con esta herramienta.

Entre las principales actividades que puedes realizar con esta herramienta se encuentran por ejemplo:

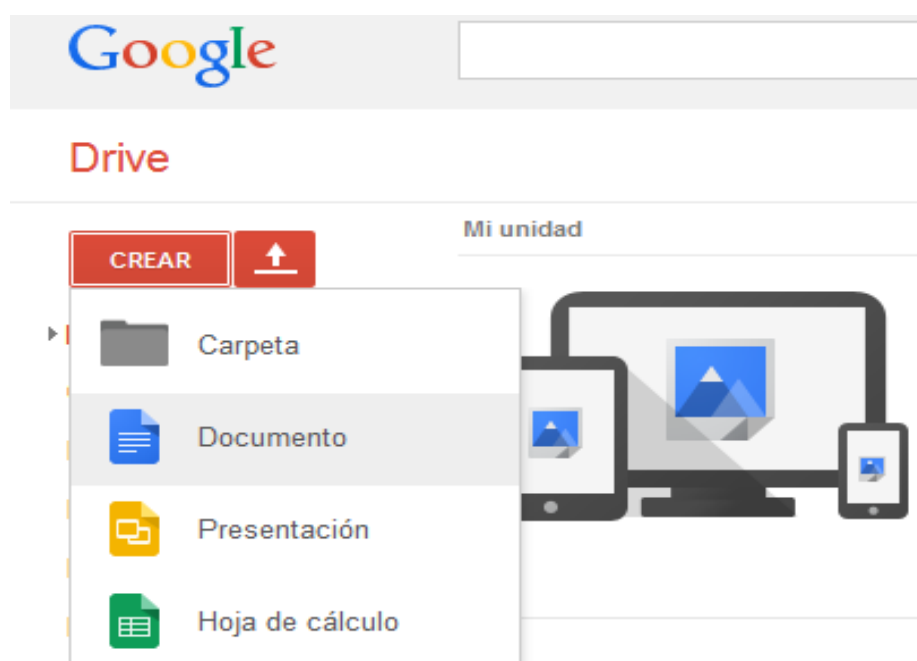
- Disponer de procesador de textos, hojas de cálculo, presentaciones y formularios.
- Subir un documento de Word y modificarlo a documento de Google.

- Permitir publicar y descargar archivos en distintos formatos de Word, OpenOffice, RTF, PDF, HTML o ZIP.
- Proporcionar estilo y formato a todos los documentos ajustando los márgenes, colores y fuentes.
- Participar de forma online en tiempo real y chatear con otros colaboradores desde el mismo documento.
- Permitir a otros usuarios publicar, modificar o comentar archivos para que colaboren con el documento, a la vez que puedes enviar los documentos como archivos adjuntos a esos usuarios.

De esta forma, los usuarios están compartiendo la misma copia online de un documento.

- Traducir un texto a otro idioma.

Figura 1. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Drive.



Fuente: BiblioTemas (2014), *Google Drive, una herramienta ofimática gratuitas*. Disponible online: <http://bibliosaude.sergas.es/Paxinas/web.aspx?tipo=paxtxt&idLista=4&idContido=738&migtab=738&idioma=es&print=1>

3.1.2. ZOHOO.

Es un conjunto de aplicaciones ofimáticas que integra editor de textos, hojas de cálculo, editor de presentaciones, wikis y planificador de tareas. No necesita ninguna descarga ni tampoco instalación sino simplemente registrarse. Tiene como limitación 1GB.

Las aplicaciones de Zoho se desarrollan para uso web siendo independientes del sistema operativo. Además, algunas de ellas son gratuitas, pero otras requieren suscribirse a determinados módulos como un coste económico asociado. Para particulares sería una cuota de alrededor de 12 euros al mes por usuario, y para las empresas una cuota mensual de 32 euros con un almacenamiento ilimitado par ambos casos.

Zoho agrupa sus aplicaciones en función de la perspectiva en la que se orientan. Por ello, engloba las siguientes aplicaciones:

- Grupo de aplicaciones colaborativas:
 - Zoho Chat: servicio de mensajería instantánea
 - Zoho Docs: conjunto de documentos de los usuarios y a partir del cual se puede acceder a todas las aplicaciones de Zoho.
 - Zoho Mail: servicio de correo electrónico (Figura 2 del documento).
 - Zoho Meeting: servicio para realizar reuniones virtuales. Concede la posibilidad de compartir el escritorio del ordenador entre varios usuarios, realizar presentaciones o incluso controlar otros equipos que participan en la reunión virtual.

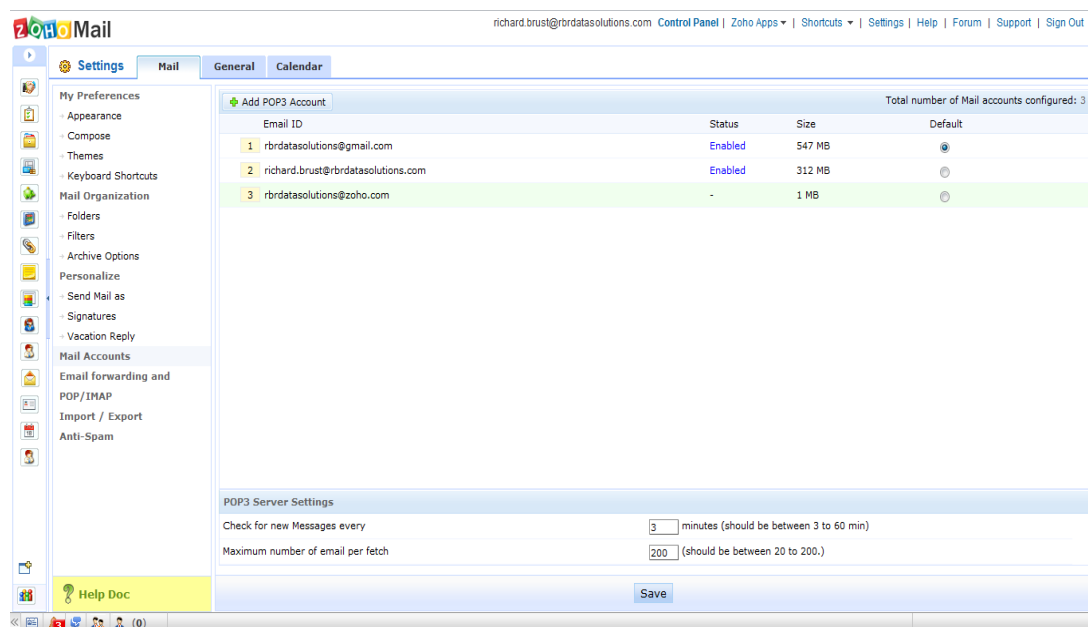
- Grupo de aplicaciones de productividad:
 - Zoho Notebook: servicio para escribir notas pudiendo incluir imágenes, audio, vídeo, etc. También hay una extensión para Firefox, denominada Zoho Notebook Helper que posibilita ir guardando información relevante que se va descubriendo en la web para poder tenerlas disponibles en el ordenador.
 - Zoho Sheet: servicio para la utilización de hojas de cálculo.
 - Zoho Planner: servicio para gestionar calendario, tareas pendientes, recordatorios de actividades.

- Otras aplicaciones:

- Zoho Reports: servicio de análisis de la organización. Emplea varios formatos de datos (extensiones .csv, .tsv, .xls o .html) y puede constituir informes con datos de orígenes diferentes (MySQL, SQL Server, Oracle,...) que incluso permiten el trabajo colaborativo.
- Zoho Polls: aplicación que permite la creación y control de encuestas.

También añadir que en los últimos años se ha implantado una versión para móviles por lo que aplicaciones como el correo electrónico y calendario puedan utilizarse en el mismo. En concreto, Zoho funciona desde iPhone, BlackBerry, Android y Windows Mobile por lo que posibilita compartir información vía dispositivo móvil.

Figura 2. Ejemplo de herramienta colaborativa. Zoho.



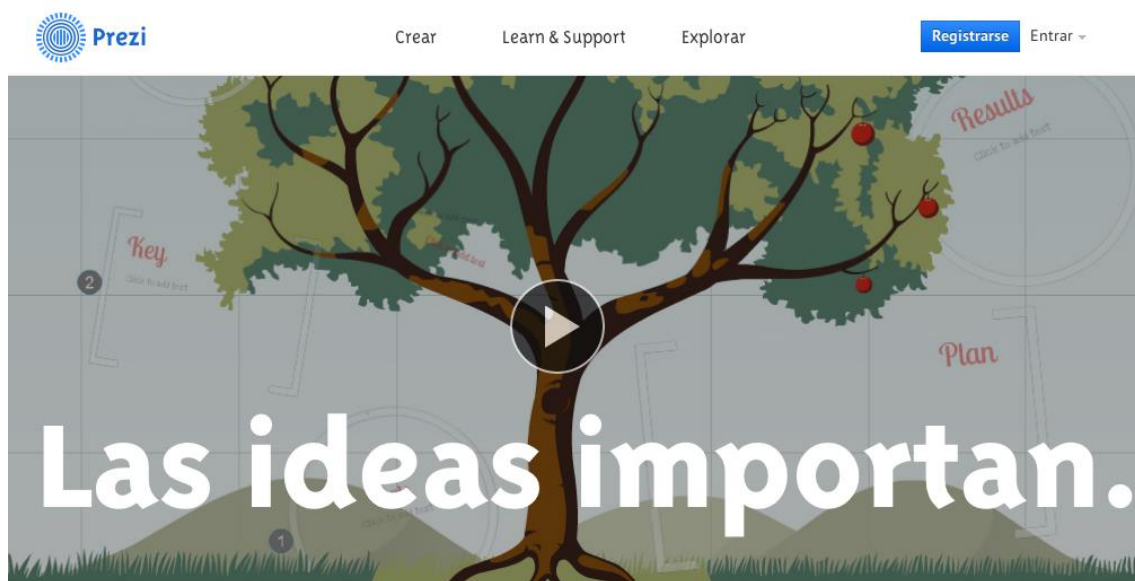
Fuente: Elaboración propia.

3.2.3. PREZI.

Esta herramienta totalmente gratuita es una plataforma para realizar presentaciones de una forma poco tradicional con conexiones entre las diferentes presentaciones, zoom en los detalles y un ajuste del tiempo sin necesidad de omitir diapositivas, obteniendo unos grandes resultados. Por lo que permite organizar la información en forma de esquema y navegar por la presentación. En la Figura 3 del documento se muestra la página de acceso de esta herramienta.

Además cuenta con una facilidad de importar imágenes, mapas, documentos PDF y la utilización de la función de “zoom” hace como si se transportarán al “mundo” que se ha diseñado. Se considera herramienta colaborativa porque permite el trabajo de forma simultánea de hasta 10 personas, siendo las modificaciones de cada usuario en tiempo real. Por tanto, es una forma más dinámica de crear presentaciones ya sea en línea o cuando no se cuenta con una conexión a internet.

Figura 3. Ejemplo de herramienta colaborativa. Prezi.



Fuente: Elaboración propia.

3.2. HERRAMIENTAS DE ALMACENAMIENTO.

3.2.1. GOOGLE DRIVE.

Esta herramienta ya se ha comentado en el apartado anterior, al hablar de las aplicaciones ofimáticas. No obstante, también puede ser utilizado como un servicio para de almacenamiento de archivos en línea. Fue introducido por Google en abril de 2012, y actualmente es el rival de Dropbox.

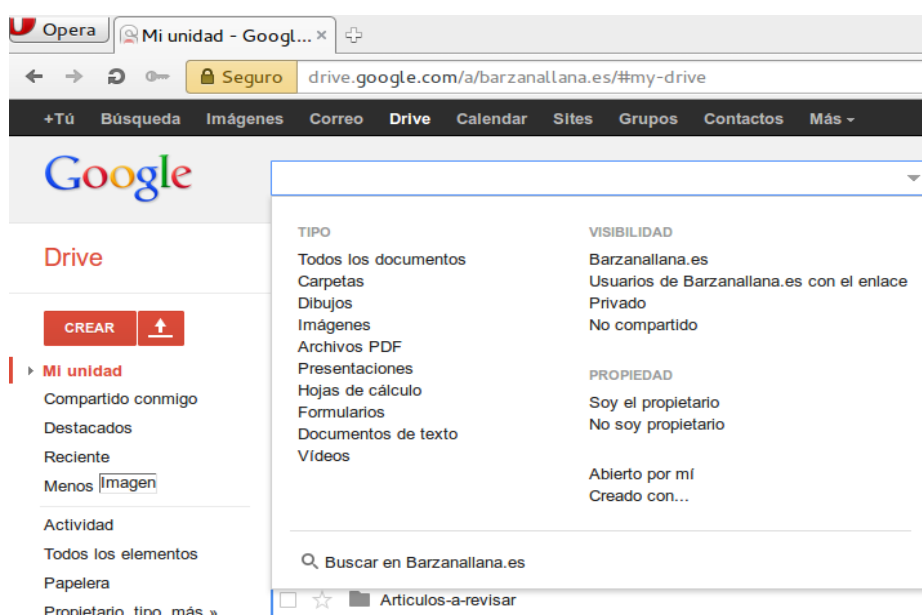
Esta herramienta posibilita crear archivos como carpetas, documentos, hojas de cálculo, formularios, etc. que quedan almacenados en la plataforma y pueden ser enviados en diferentes formatos para su posterior descarga y envío por correo electrónico.

También permite subir archivos procedentes del disco duro y con un tamaño de 10 GB. Incluye a su vez, un visor de archivos que es compatible con una gran número de formatos, como PDF, documentos de Office y archivos comprimidos, como se puede observar en la *Figura 4* del documento.

Además, ayuda a encontrar información relevante, imágenes y bibliografías, que puedes incluir en un documento desde la misma interfaz. Es decir, permite navegar la web desde dentro de la misma ventana en que estás escribiendo el documento, creando una corriente de trabajo muy productivo y con una utilidad funcional pudiendo insertar en un solo clic las referencias y las citas bibliográficas al pie del documento.

Pero uno de sus puntos fuertes son sus funciones colaborativas es decir, desde la web como desde el software de escritorio pudiendo compartir archivos con otros usuarios de Google, permitiendo elegir las diferentes acciones que la otra persona con la que se comparte el archivo puede realizar como: puede editar, comentar o ver, manteniéndose con la versión web del servicio.

Figura 4. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Drive.



Fuente: Barzanallana, R. (2014), *Práctica Google Drive*.4.Disponible online:
<http://www.um.es/docencia/barzana/PRACTICAS/Practicas-Google-Drive.html>

Para poder utilizar dicha herramienta se necesita una cuenta de correo electrónico de Google. Cada usuario cuenta con 15 GB de memoria gratuita para almacenar sus archivos pero además existen posibilidades de pago para incrementar la capacidad de

almacenamiento del sistema como son: 100 GB por 1,46 €/mes, 1 TB por 7,34 €/mes, 10 TB por 73,45 €/mes, 20 TB por 147 €/mes y 30 TB por 220 €.

3.2.2. DROPBOX.

Herramienta que ofrece un servicio gratuito de hasta 2 GB de almacenamiento de archivos mediante acceso online, se muestra en la *Figura 5* del documento la página de acceso.

Esta herramienta posibilita almacenar los archivos por Internet y acceder a ellos a través de cualquier dispositivo que conectes a la cuenta. También, Dropbox otorga la posibilidad de guardar un archivo en el ordenador e inmediatamente poder verlo en otros ordenadores, iPad, tableta o teléfono Android e iPhone. Además, de trasladar programas y archivos por medio de Internet y tener carpetas compartidas con el resto de contactos de forma sincronizada. Aparece reflejado en la *Figura 6* las diferentes funciones. Se puede conseguir más espacio gratis de varias formas. Por ejemplo, si se recomienda Dropbox a amigos, se podrá obtener hasta 16 GB de espacio adicional. A pesar de ello, se puede incrementar aún más el almacenamiento con una suscripción mensual: 9,99 € al mes con un espacio mayor de 1 TB (1.000 GB) y para las empresas 12 € al mes por cinco usuarios con almacenamiento ilimitado.

Figura 5. Ejemplo de herramienta colaborativa. Acceso a Dropbox.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Ejemplo de herramienta colaborativa. Dropbox.



Fuente: Cambiaso, D. (2011), *Nueva Interfaz web en español*. Disponible online:
http://www.gcfaprendelibre.org/tecnologia/curso/windows_8/windows_8_y_skydrive/1.do

3.2.3. MICROSOFT ONE DRIVE.

Es la nube de Microsoft que permite almacenar los archivos o documentos en línea y acceder a ellos desde cualquier dispositivo como tabletas, teléfonos móviles o equipo con conexión a Internet. Esta herramienta está destinada principalmente a editar, crear y compartir documentos, como se observa en la Figura 7, sin importar el tipo de dispositivo en el que se utiliza.

Están disponibles las nuevas aplicaciones móviles OneDrive para iOS, Android, Windows Phone y también para Windows 8.1.

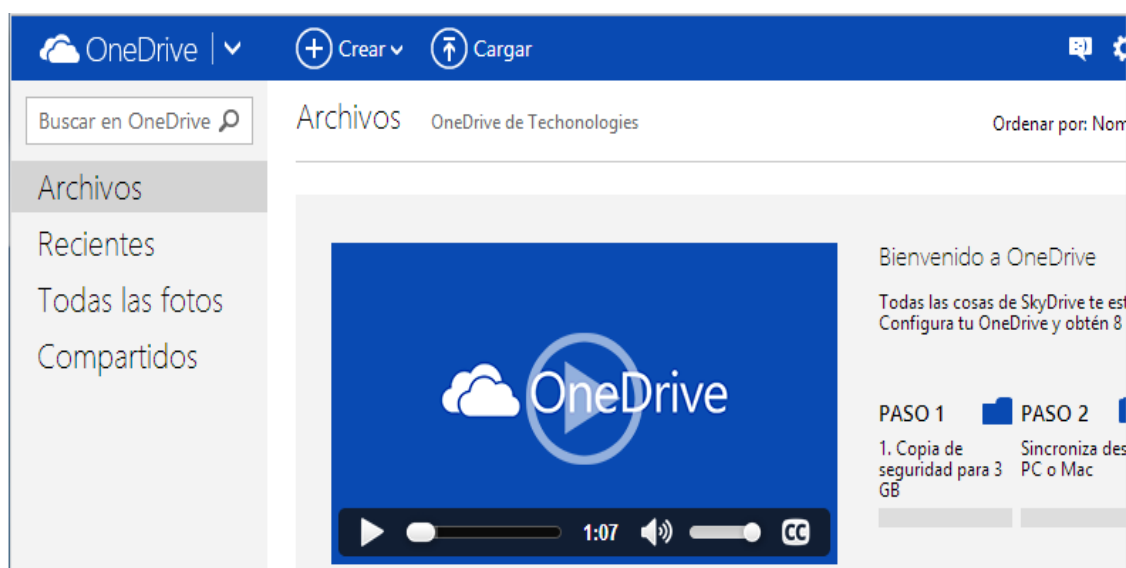
Para las empresas ofrece 1TB de almacenamiento con el fin de que los usuarios organicen los archivos de trabajo y proporciona al personal la posibilidad de preservar los datos relevantes. Otra característica de esta herramienta es la copia de seguridad automática de las fotos de la cámara en la aplicación Android, además de poder transcodificar vídeos para subir una versión de menos tamaño a la nube OneDrive.

Como plus también puedes incrementar la capacidad de la cuenta OneDrive gratuitamente en hasta 5 GB. La promoción funciona mediante invitaciones, es decir,

por cada amigo que se de alta se recibe 500 MB extra. Además se recibirán 3GB extra por empezar a utilizar la característica de backup (copia de seguridad) de la cámara.

También esta herramienta concede la posibilidad de comprar más espacio de forma anual, como son: 23 euros 50GB, 45 euros 100GB y 92 euros 200GB, pero ahora también se puede contratar más espacio de manera mensual. Las tarifas son 4 euros por 50 GB durante un mes, 6,50 euros por 100 GB durante y 10,50 euros por 200 GB durante un mes.

Figura 7. Ejemplo de herramienta colaborativa. Microsoft One Drive.



Fuente: Pacheco R. (2015), *Nuestros primeros pasos por OneDrive*, “¿Cómo trabajará OneDrive después del cambio de nombre de SkyDrive?”. Disponible online: <http://www.vinagreasesino.com/como-trabajara-onedrive-luego-del-cambio-de-nombre-de-skydrive/>

3.3. HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN PERSONAL.

3.3.1. GOOGLE CALENDAR.

Herramienta que ofrece un servicio gratuito de calendario en línea posible de compartir con otras personas, además de poder agregar eventos e invitaciones y hacer búsquedas de eventos que pueden ser interesantes en la web. Las principales características con las que cuenta esta herramienta son las siguientes:

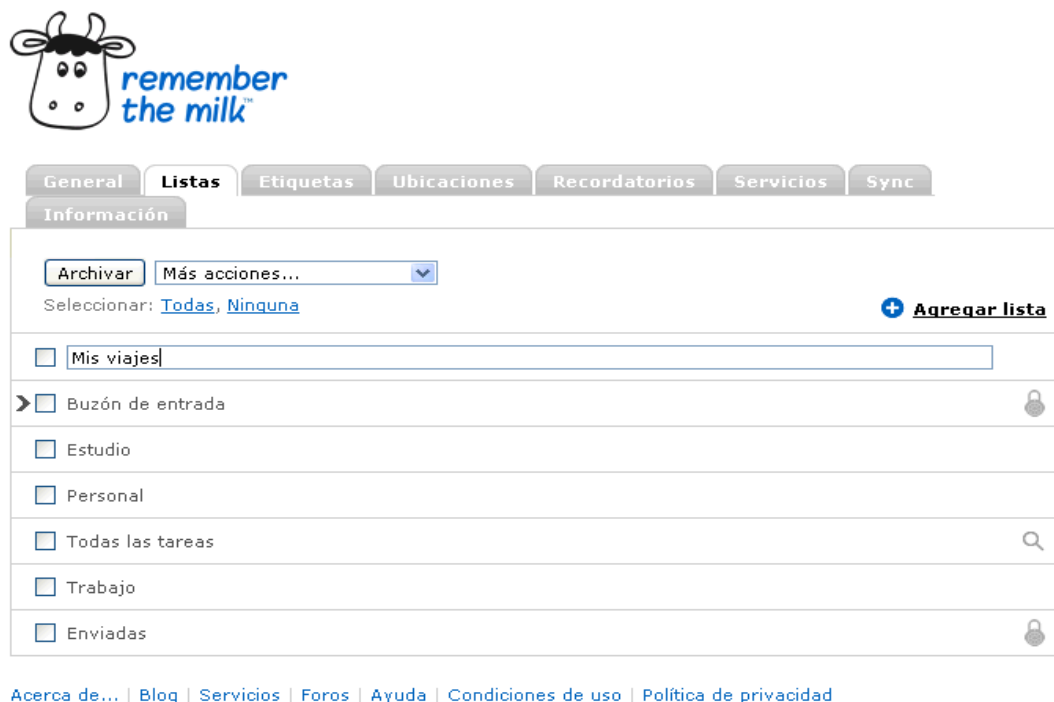
ypoder guardar lugares de uso habitual y crear listas de tareas heterogéneas. Las tareas añadidas pueden ser editadas, asignarle prioridades, ser demoradas, estructuradas por etiquetas como se observa en la *Figura 9*.

Su principal objetivo se basa en eliminar de la cabeza todas las tareas pendientes y apuntarlas en una lista para poder facilitar su ejecución.

Con respecto a las ventajas que proporciona esta herramienta, destacar que es un servicio completo con diversas alternativas para procesar grandes cantidades de tareas provenientes de proyectos complejos. No importa el sistema operativo ya que se accede a esta aplicación mediante un navegador web y es una aplicación que se encuentra en la nube. También permite emitir recordatorios de tareas a través de SMS.

Además de estar disponible en más de 20 idiomas y tener versión móvil para dispositivos con Ios (iPhone, iPod, iPad) y Android.

Figura9. Ejemplo de herramienta colaborativa. Remember the milk.



Fuente: Reseco Fernández S. (2015), *La forma más completa de recordar tus tareas: Remember the milk*.
Disponible online: <http://remember-the-milk-web.softonic.com/aplicaciones-web>

3.3.3. WUNDERLIST.

Aplicación que posibilita realizar listas de tareas a gusto de cada persona y organización. Esta herramienta permite elaborar una estructura de listas según las necesidades, con una interfaz muy bien diseñada para organizar las tareas, con opción a personalizar el fondo. En la *Figura 10* del documento se muestra la página de acceso a esta herramienta colaborativa.

A esto se le añade la posibilidad de sincronizar vía internet con otras aplicaciones asociadas a la misma cuenta que tengamos entre nuestro Mac, iPhone o terminal Android, y poder permitir colaborar en grupo.

Figura 10. Ejemplo de herramienta colaborativa. Wunderlist.



Fuente: Elaboración propia.

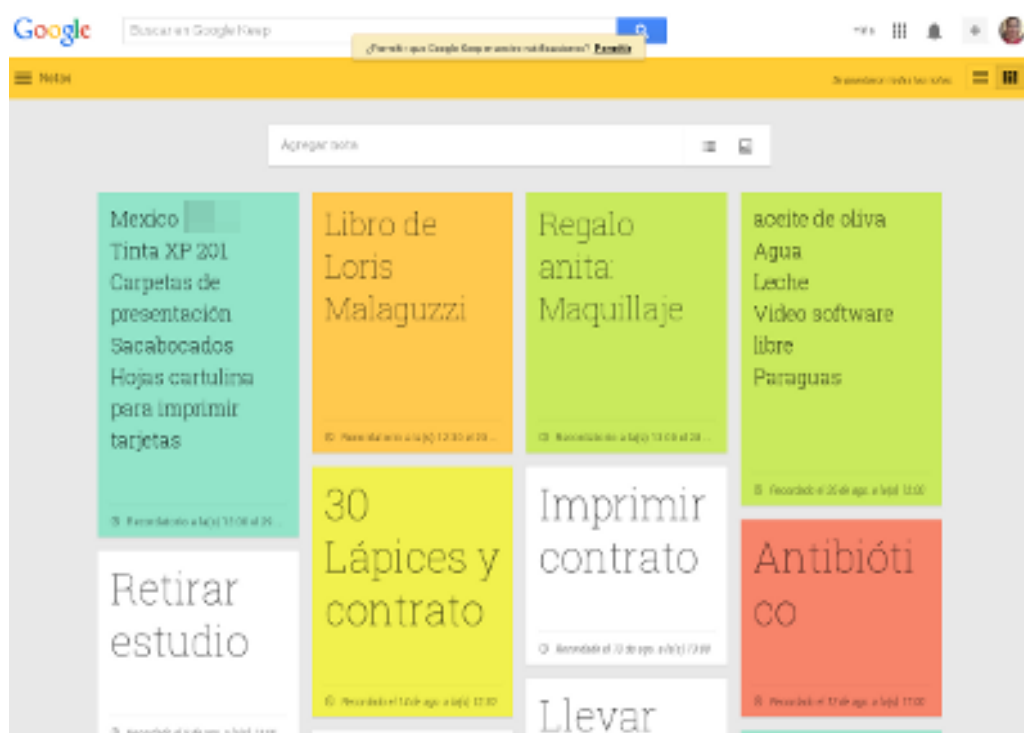
3.3.4. GOOGLE KEEP.

Herramienta que brinda un servicio por Google que consiste en poder tomar notas mientras estás navegando por Internet (es un reemplazo de Google Notebook, servicio desaparecido en 2012). Esta herramienta gratuita está disponible para dispositivos Android y en Internet. Es recomendable tener una cuenta de Google para guardar los cambios que se realizan.

Su principal función es que puedes escribir diferentes tipos de conceptos o tareas en formato texto (se muestra en la *Figura 11* del documento). Además, puedes añadir imágenes y crear listas en función de los diversos asuntos mientras navegas por Internet

También a fin de organizarse mejor, puedes asociar un código de color a las notas para diferenciarlas. Una vez creada una nota, ésta se sincroniza con el perfil para que pueda ser consultada desde cualquier lugar, ya sea desde el navegador, desde Google Drive o desde la aplicación para Android. La simplicidad es la clave de Google Keep.

Figura 11. Ejemplo de herramienta colaborativa. Google Keep.



Fuente: Ritter F. (2013), *Google presenta su nuevo sistema de notas: Google Keep*. Disponible online: <http://www.tec.com.pe/google-presenta-su-nuevo-sistema-de-notas-keep-para-web-y-android/>

3.3.5. EVERNOTE.

Aplicación que sirve para organizar, estructurar, gestionar, recordar o compartir cualquier tipo de información ya sea audio, texto o vídeo. En la *Figura 12* del documento se expone la página de acceso a esta herramienta.

Una de las utilidades fundamentales de esta herramienta es que puedes crear bases de datos de texto, imágenes, audio, vídeos... Además con el teléfono móvil es posible realizar fotografías directamente y organizarlas en libretas.

También permite capturar partes de una web, es decir, Evernote posibilita guardar todo el material interesante que se visualiza en la Web, quedando registrado como una nota. Este capturador se llama Evernote Web Clipper y puede ser instalado en la barra del navegador. Además de poder realizar grabaciones de audio, registrar conferencias, entrevistas, sonidos y acceder a ellos rápidamente sin necesidad de buscarlos en el disco duro.

Figura 12: Ejemplo de herramienta colaborativa. Evernote.



Fuente: Elaboración propia.

3.4. HERRAMIENTAS DE CORREO.

3.4.1. GMAIL.

Es un servicio gratuito de correo web basado en búsquedas combinando la tecnología de Google como el correo electrónico tradicional. Esta herramienta facilita poder encontrar

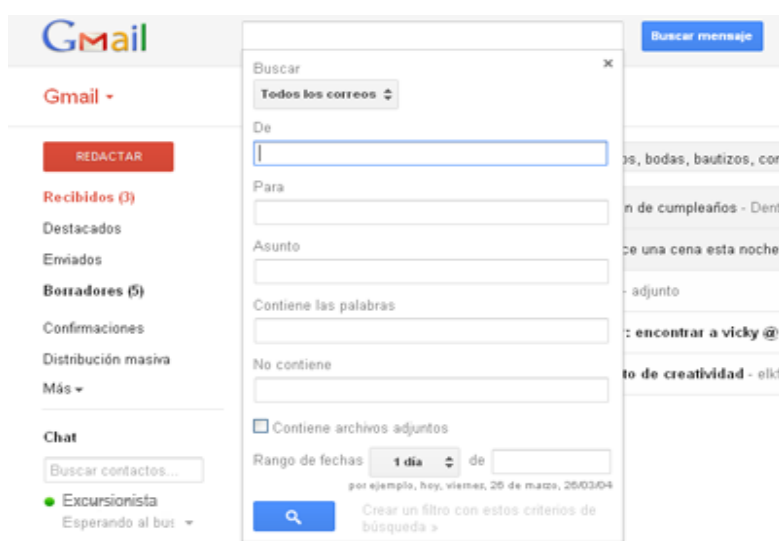
mensajes, además, de ofrecer una capacidad de almacenamiento gratuita de más de 15GB.

También, poco a poco se ha ido mejorando algunas funcionalidades de esta herramienta, pudiéndose observar en la *Figura 13* del documento. Estas funcionalidades son:

- Posibilidad de chatear con los contactos en modo texto o a través de vídeo o sonido, aunque es necesario para ello disponer de webcam en el PC.
- Lista de contactos visibles en todo momento mostrando el estado de conexión de estos contactos, además de poder etiquetar los mensajes con palabras y colores.
- Permite enviar archivos grandes. Como Gmail está integrado en Google Drive, permite mandar archivos de hasta 10 GB. Además, los archivos están disponibles en diferentes dispositivos.
- Posibilita escribir mensajes sin dejar a un lado la bandeja de entrada. La interfaz (conexión física y funcional entre dos sistemas) de Gmail es rápida.
- Ver archivos adjuntos al instante. Incluso permite guardar los adjuntos directamente en Drive para estructurarlos y compartirlos en un solo sitio.

La versión de Gmail para empresas pasará a ofrecer 25GB de almacenamiento. La versión para usuarios forma parte del paquete de Google Apps Premiere Edition. Este paquete ofrece GTalk, Google Calendar y Google Docs, siendo su precio de 45 euros/año por usuario con la opción de prueba durante 30 días.

Figura 13. Ejemplo de herramienta colaborativa. Gmail.



Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. OUTLOOK.

Esta herramienta es un software que permite enviar, recibir y administrar el correo electrónico además de administrar el calendario y los contactos, y de compartir el calendario con familiares y amigos a través de Internet. Esta herramienta nació en el año 2012 como el sucesor del conocido Hotmail.com. Se muestra esta herramienta en la *Figura 14* del documento.

Outlook forma parte de “Office”, un grupo de servicios que combina múltiples tipos de software para elaborar documentos, hojas de cálculo y presentaciones, y para administrar el correo electrónico.

Con respecto a la seguridad y privacidad, mantiene el correo no deseado por debajo del 3%; la característica SSL (capa de protección segura) está activada de manera predeterminada; no entrega anuncios específicos en función del contenido del correo electrónico. También permite crear direcciones adicionales vinculadas a la bandeja de entrada y organizar la bandeja de entrada por categorías personalizadas o carpetas, además de señalar los mensajes principales en la parte superior de la bandeja de entrada.

Para el acceso a dispositivos móviles cuenta con un acceso en los principales teléfonos, es compatible con EAS, es compatible con IMAP (protocolo de correo). Y con respecto a las características sociales, permite la conexión con Facebook, Twitter y LinkedIn.

Figura 14. Ejemplo de herramienta colaborativa. Outlook



Fuente: Elaboración propia.

3.4.3. LISTAS DE DISTRIBUCIÓN.

Herramientas de difusión de la información fundamentada en el correo electrónico, es decir, el objetivo de las listas de distribución es hacer llegar mensajes a múltiples usuarios de una vez, evitando enviar un mensaje individual a cada uno de ellos. Son útiles para compartir información en una empresa cuyos integrantes deben estar de forma permanente informados del desarrollo de una actividad.

Otras ventajas con las que cuenta son por ejemplo que los mensajes se reciben directamente en el buzón. No es necesario ir a buscar la información.

Además, impide la distribución masiva de mensajes enviados a otras listas, ya que se considera que son mensajes "basura". En la *Figura 15* se observa las listas de distribución de una organización.

En toda lista de administración debe tener un administrador de la lista, cualquier persona con dirección de correo electrónico, el cual se encarga de gestionarla, y unos usuarios que son los que envían los mensajes a la lista para ser distribuidos. También, hay un administrador del servicio de listas de distribución, personal del Área de Sistemas de Información y Comunicaciones, que se encarga de elaborar y configurar las listas.

Además, en función del uso de las listas de distribución se clasifican en:

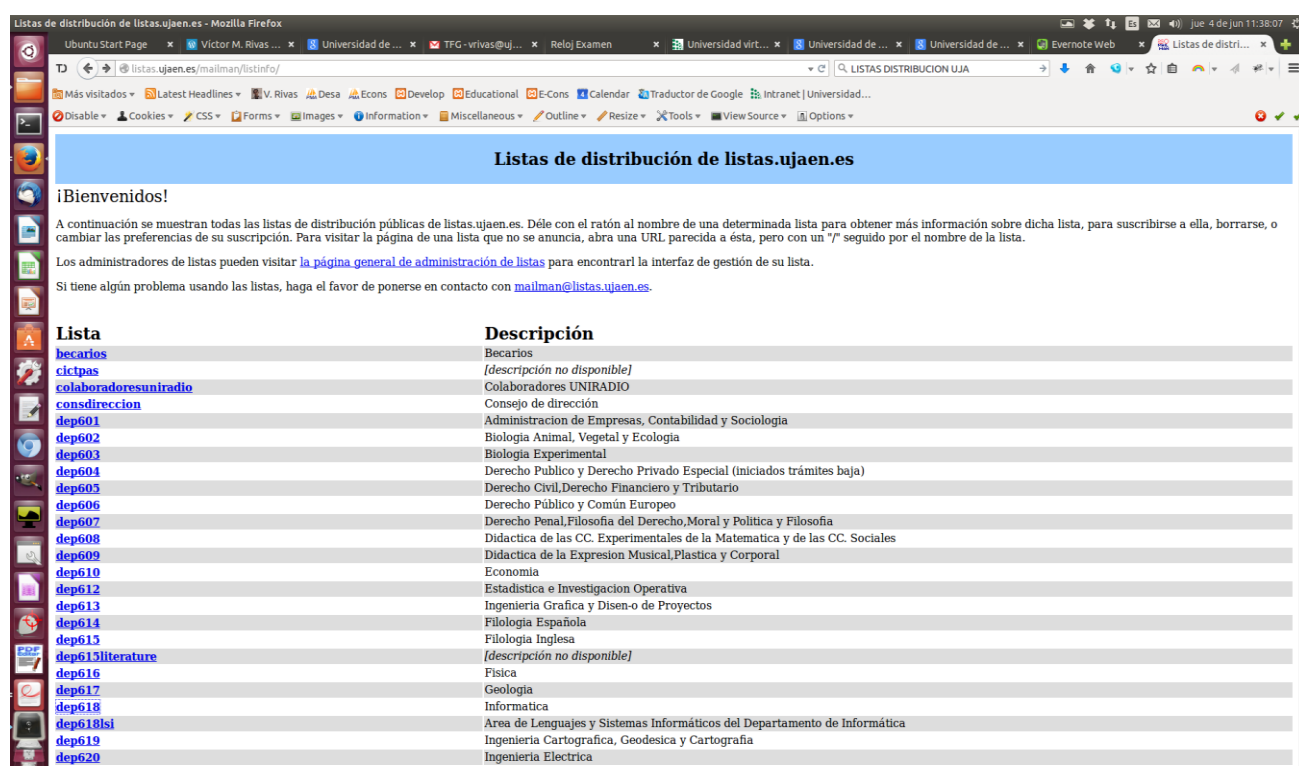
- Boletín electrónico como un medio unidireccional de información y en la que pueden inscribirse personas responsables de la publicación del boletín.
- Lista de debate, en la que puede escribir cualquier usuario. En este caso, un usuario emplea la lista de distribución para enviar un mensaje al resto de usuarios, los cuales pueden responder de la misma manera. Así, pueden propiciar debates e intercambios de información.

También hay un programa que mecaniza la gestión de las listas de distribución, denominado Majordomo. Éste maneja de forma automática los registros y anulaciones de usuarios a listas, así como los mensajes entre los individuos integrantes de las mismas.

Otra clasificación es según el tipo de moderación con que se configure la lista:

- Lista Abierta: el usuario puede registrarse y/o borrarse enviando un mensaje al Majordomo, sin necesidad de intervenir al propietario de la lista.
- Lista Cerrada: en esta lista el Majordomo, es quien acuerda las solicitudes de suscripción/borrado al propietario de la lista para que éste decida si las acepta o no.
- Lista Moderada: lista en la que el propietario determina qué mensajes van a ser recibidos por los miembros de la lista. Solamente los mensajes aprobados por el propietario son distribuidos al resto de miembros.
- Lista Restringida: El mensaje pasa por el moderador. Si un usuario no autorizado manda un mensaje a una lista restringida, el mensaje es rebotado al administrador de la lista que puede reenviarlo (si lo considera oportuno) para su distribución.

Figura 15. Ejemplo de herramienta colaborativa. Listas de distribución



Fuente: Elaboración propia.

3.5. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CONTENIDOS.

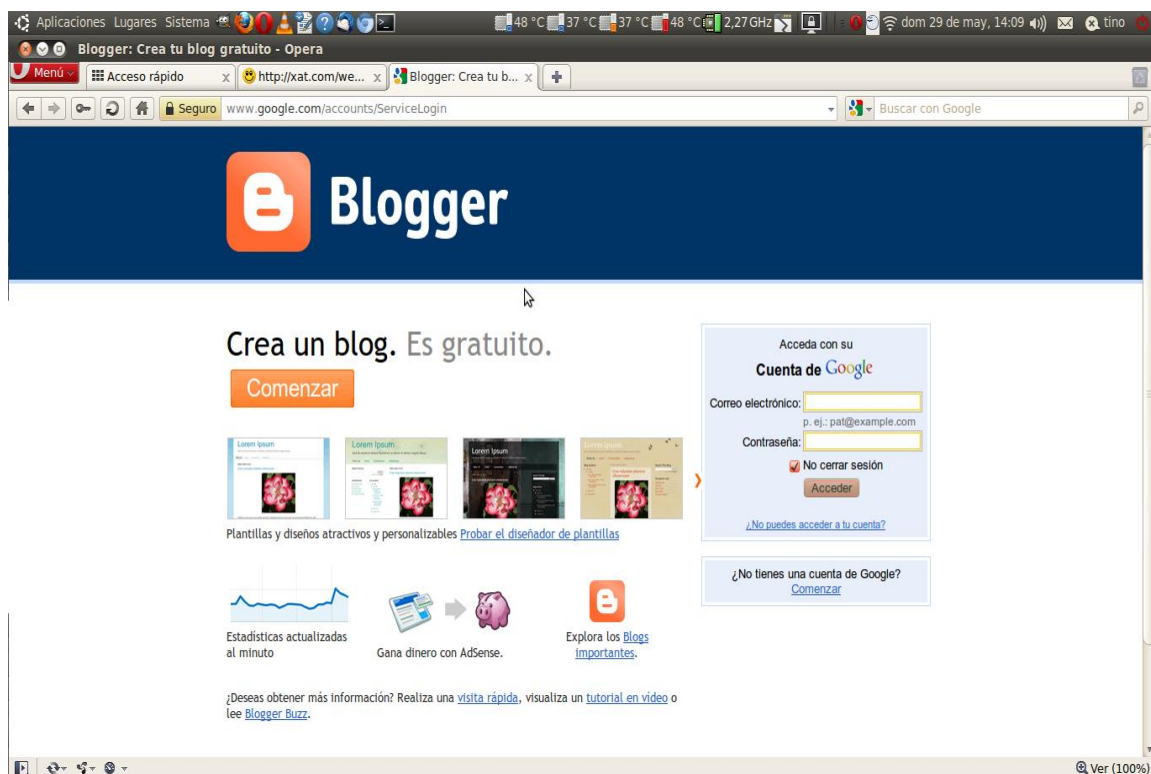
3.5.1. BLOG.

Herramienta también conocida como weblog o lista de sucesos. Consiste en un sitio web que almacena y actualiza de forma progresiva artículos y textos de uno o varios autores, teniendo ellos la libertad de publicar lo que consideren adecuado. En la *Figura 16* se muestra la página de acceso del blog.

La idea de blog es de tener un espacio en el cual el autor o los autores van colocando periódicamente textos y, habitualmente, tiene una pestaña en la que los usuarios pueden poner sus comentarios, que posteriormente aparecen en el propio blog. Los blog suelen admitir enlaces múltiples a sitios web.

Al conjunto de todos los Blogs que hay en Internet se le denomina la blogosfera. Se diferencian distintos tipos de blogs en función de la temática, como son los de tipo personal, empresarial, tecnológico o educativo (edublogs). Por otra parte en función del uso, se clasifican en: audioblogs, fotoblogs, videoblog y moblog (teléfono móvil).

Figura 16. Ejemplo de herramienta colaborativa. Blog.



Fuente: Elaboración propia.

3.5.2. MOODLE.

Herramienta gratuita también conocida como Sistema de Gestión de Aprendizaje dado que se usa como plataforma de formación online o de apoyo en la formación.

Una de las principales características de Moodle sobre otras herramientas es que está hecho en base a la pedagogía constructivista, donde la comunicación tiene un lugar importante en la construcción del conocimiento, siendo el objetivo generar una experiencia de aprendizaje enriquecedora. En la *Figura 17* se observa a grandes rasgos las características de esta herramienta.

Por tanto, Moodle es un software elaborado para ayudar a profesionales de la educación a crear cursos en línea de elevada calidad y entornos de aprendizaje virtuales. Estos sistemas de aprendizaje en línea son en ocasiones llamados VLEs (Virtual Learning Environments) o entornos virtuales de aprendizaje.

Figura 17. Ejemplo de herramienta colaborativa. Moodle.



Fuente: Moreno H. (2013), *Las TIC/ Lenguaje y comunicación*. Disponible online:

<http://udstic.blogspot.com.es/>

3.5.3. WIKI.

Sitio web colaborativo surgido a partir del trabajo colectivo de varios autores. Es similar a un blog en estructura pero además permite añadir, editar y borrar contenidos, aunque hayan sido creados por otros autores. La wiki más popular en todo el mundo es la Wikipedia (se muestra en la *Figura 18*).

Esta herramienta está organizada mediante una estructura de artículos y textos cuyas páginas pueden ser creadas y editadas mediante un navegador web de forma sencilla.

Los artículos son desarrollados por autores de forma libre sin una revisión formal. Sus contenidos están bajo licencias de contenido abierto, pero sí sujetos a una serie de políticas y convenios, para evitar problemas sobre la creación y edición de los textos pues el principal objetivo es crear artículos neutrales y de contenidos relevantes.

Los principios de la wiki radica en la sencillez, la confianza, la libertad, la integración, pero sobre todo, la interacción y la colaboración como un sistema abierto. Sin embargo no todo son ventajas, también esta herramienta cuenta con una serie de inconvenientes como: actuaciones de vandalismos (modificaciones impropias) y baja calidad de contenidos en cuanto a exactitud y fiabilidad de datos, ya que se publican algunos artículos con contenidos dudosos.

Figura 18. Ejemplo de herramienta colaborativa. Wiki.



Fuente: Gómez M. (2014), *Definición de Wiki*. Disponible online: <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

3.5.4. ILIAS.

ILIAS se define, en su sitio web como: “*un sistema de gestión de enseñanza y aprendizaje virtual disponible como software libre de código abierto y no se encuentra orientado a ninguna metodología pedagógica concreta, lo que posibilita utilizarlo desde distintos enfoques pedagógicos y modalidades*”. La página de acceso a esta herramienta se representa en la *Figura 19* del documento.

Su principal característica es la posibilidad de fijar distintos roles a los usuarios, adaptándolos a sus necesidades. Además incluye chat, foro y noticias vía RSS, por lo que de esta manera fomenta el trabajo colaborativo. Otras características por las que destaca son las siguientes:

- Interactiva: provee herramientas de comunicación, cooperación y colaboración entre los usuarios.
- Flexible: fácil de cambiar de apariencia y añadir nuevos módulos para ampliar sus funcionalidades.
- Modificable: posibilidad de editar el sistema, pero al mismo tiempo ello requiere conocimiento de lenguajes de programación.

Figura 19. Ejemplo de herramienta colaborativa. Ilias.



Fuente: Universidad Nacional de San Luis (2014). Disponible online:
<http://www2.uca.es/orgobierno/rector/jornadas/documentos/127.pdf>

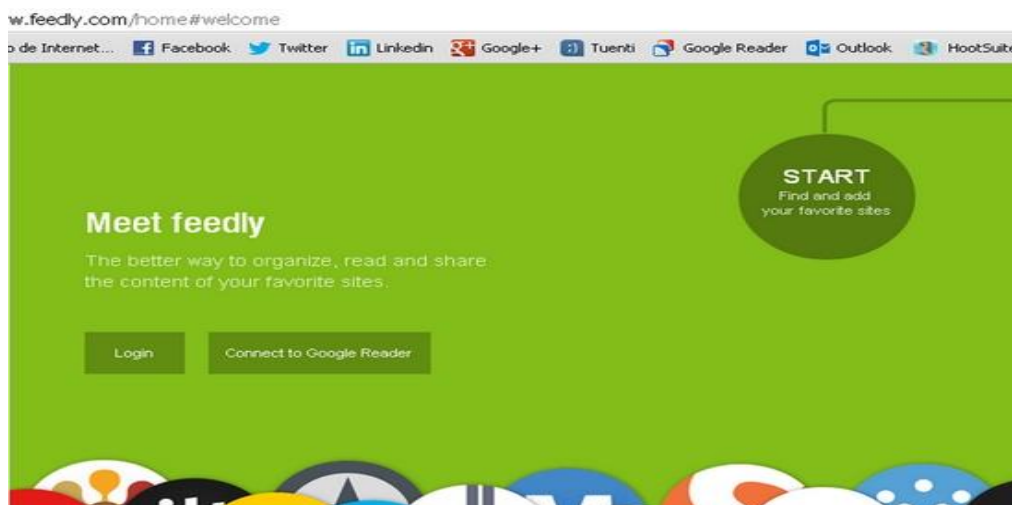
3.5.5. FEEDLY.

Herramienta gratuita enfocada de forma productiva a ahorrar gran parte de tiempo ya que eliminará todo el “ruido”, es decir, información y datos innecesarios que hay en internet. En la *Figura 20* se muestra la página de acceso a esta herramienta.

En términos de la informática, Feedly es un lector de feeds RSS o agregador, es decir, un archivo XML que registra las nuevas publicaciones, los nuevos contenidos generados por algunos sitios web y contiene una información específica de la información expuesta en esa web, no pudiéndose ver directamente en el navegador, por lo que se tiene que utilizar otro canal, en este caso, un lector de feeds. Cada elemento de información contenido dentro de un archivo RSS se llama “ítem”.

Esta herramienta permite fundamentalmente, dirigir los contenidos de los blogs y las webs a un único sitio. De esta forma, para leer los nuevos artículos publicados solo basta con entrar en una web y conocer cuáles son las novedades de los sitios favoritos desde la última vez que se accedió. Lo que hace un lector de RSS es básicamente, recopilar las fuentes que indicas y mostrar los nuevos contenidos de dichas fuentes. A pesar de ser un servicio gratuito, se puede pagar una cuota mensual del servicio, alrededor de 5 euros/mes, y tener algunas ventajas del mismo como una navegación totalmente cifrada utilizando HTTPS (protocolo de transferencia segura de datos), búsqueda de artículos e integración con Evernote

Figura 20. Ejemplo de herramienta colaborativa. Feedly.



Fuente: García N. (2013), *Feedly, la transición después de Google Reader*. Disponible online: <http://nuriagarciacastro.es/feedly-la-transicion-despues-de-google-reader/>

3.6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN.

3.6.1. SKYPE.

Esta herramienta es un software que proporciona a las personas de todo el mundo la posibilidad de comunicarse en texto, voz o vídeo por Internet. También permite por medio de la conectividad un intercambio y colaboración a través de llamadas, videollamadas gratuitas, enviar mensajes instantáneos y la posibilidad de compartir archivos con otras personas que utilizan esta misma herramienta.

Además, se adapta a las distintas necesidades y exigencias de los usuarios puesto que es posible disponer de esta herramienta en el teléfono móvil, en el ordenador o incluso en la televisión.

Es una herramienta que puede descargarse de forma gratuita. La página de acceso se muestra en la *Figura 21* del documento. Con algunas tarifas a partir de 7 céntimos el minuto permite llamar a teléfonos, enviar mensajes SMS, hacer videollamadas grupales e incluso acceder a una red WIFI.

Figura 21. Ejemplo de herramienta colaborativa. Skype.



Fuente: Elaboración propia.

3.6.2. HUDDLE Y BASECAMP.

Huddle es una plataforma en línea que conecta a múltiples empresas de forma conjunta para implementar una serie de programas y proyectos de forma global, actuando por tanto de manera más óptima. También, contribuye a compartir información a los distintos miembros de la organización sin necesidad de enviar excesivos correos electrónicos. Dicha herramienta se muestra en la *Figura 22* del documento.

Uno de los beneficios inmediatos de esta herramienta ha sido el uso de los foros de discusión para intercambiar y compartir ideas u opiniones y acceder a todos los documentos e información. Además, permite tener reuniones en línea y conferencias telefónicas para disminuir costes.

Otra herramienta a mencionar es Basecamp. Esta herramienta de gestión de proyectos online, brinda la posibilidad de crear lista de tareas, de compartir archivos, etc., mejorando el intercambio de información entre colaboradores, clientes y directivos. También permite planear rutas de diversos deportes desde el ordenador y ser trasladados al dispositivo móvil.

Figura 22. Ejemplo de herramienta colaborativa. Huddle y Basecamp.



Fuente: Kelly W. (2013), *Huddle*, “Tecnología, Internet y Marketing”. Disponible online: <http://www.techrepublic.com/blog/it-consultant/huddle-a-worthy-sharepoint-alternative-for-client-collaboration/>

3.6.3. FORO ELECTRÓNICO.

Esta herramienta constituye una página Web que facilita el intercambio de opiniones e ideas en línea. Además con esta herramienta se puede sugerir un asunto de debate determinado, para que los usuarios puedan compartir la información relevante además de opinar, preguntar y resolver dudas sobre el tema tratado, de manera libre e informal.

En la actualidad existe una mayor utilización de los foros en cualquier ámbito empresarial, incluido en el ámbito turístico, ya que se considera una excelente opción para contribuir a la creación de ambientes de trabajo que favorezcan el intercambio cultural y de información, además de fomentar la participación, la interacción del personal de la empresa, de llevar a cabo breves encuestas, y como canal interno de consultas en tiempo real, es decir, como mecanismo de atención al cliente.

Algunos ejemplos de herramientas utilizadas para la creación de foros son: foroactivo (se muestra en la *Figura 23* del documento), my-forum y foronuevo.

Figura 23. Ejemplo de herramienta colaborativa. Foro electrónico.



Fuente: Instituto de Tecnologías Educativas (2015), *Correos, fotos, chat y mensajería*. Disponible online: <http://www.paginawebgratis.es/forum/viewtopic.php?t=64879&highlight=poner+foroactivo>

3.6.4. REDES SOCIALES.

Espacios virtuales en los que el usuario puede interactuar con otros usuarios. Básicamente su definición es un sistema formado por conjuntos de personas enlazadas por algún tipo de relación, ya sea por necesidad de compartir y adquirir conocimientos, parentesco o intereses comunes.

Esta herramienta online destaca por su proximidad y bidireccionalidad. Se emplea habitualmente confín de ocio, para mantener contacto con amigos y conocidos, o en terreno profesional, para poder comunicarse tanto con empleados como con clientes.

Las redes sociales empiezan con una cuantía inicial de usuarios que mandan mensajes a asociados de su red para invitarles a intervenir en esta red social. Los que aceptan realizan de nuevo este mismo procedimiento de manera que cada vez se va incrementando más la cantidad de usuarios.

Muchas empresas incluso las del sector turístico consideran una opción adecuada el uso de una red social en las organizaciones, empleando grupos privadas que se pueden asociar a la empresa, además para poder publicar fotos o para conocer opiniones de los clientes.

Las redes sociales más conocidas y utilizadas en la actualidad, son las siguientes:

3.6.4.1. FACEBOOK.

Es una red social fundamentada en perfiles, cuyo objetivo es la interrelación entre las personas que la constituyen, permaneciendo conectados de manera privada o de forma pública, a través de muros donde aparecen las publicaciones de los distintos usuarios. Además, facilita otros servicios como, compartir fotos, chat, elaborar grupos, anuncios, etc... Es la red social con más usuarios en el mundo.

Para la empresas, el mayor uso que hacen de Facebook es la creación de una página que les permita presentar la empresa en esta red social a los clientes, pudiendo lograr fans de la organización a los que se le comunica acerca de las novedades y haciéndoles conocedores de oportunidades. Además se considera un medio ideal de promoción y captación del público que le interesa a las diferentes empresas turísticas.

Figura 24. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Facebook.



The image shows the Facebook registration page. At the top, there is a blue header with the Facebook logo on the left and login fields on the right. The login fields include 'Correo electrónico o teléfono' and 'Contraseña', with a 'Iniciar sesión' button. Below the login fields are links for 'No cerrar sesión' and '¿No puedes iniciar sesión?'. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a promotional banner for Facebook Móvil featuring a smartphone with the Facebook logo and the text '¿Vas a salir? Sigue en contacto. Visita facebook.com en tu celular.' and a button 'Descubre Facebook Móvil'. On the right, there is a 'Regístrate' section with the text 'Es gratis y lo será siempre.' Below this are input fields for 'Nombre', 'Apellido', 'Tu correo electrónico', 'Vuelve a escribir tu correo', and 'Contraseña'. There is also a 'Fecha de nacimiento' section with dropdown menus for 'Día', 'Mes', and 'Año', and radio buttons for 'Mujer' and 'Hombre'. A small note asks '¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?'. At the bottom of the registration section, there is a green 'Regístrate' button and a disclaimer: 'Al hacer clic en Regístrate, aceptas las Condiciones y confirmas que leíste nuestra Política de uso de datos, incluido el uso de cookies.'

Fuente: Elaboración propia.

3.6.4.2. TWITTER.

Red social muy conocida en los últimos años, donde personas de todas las partes del mundo intercambian información por mensajes enviados de forma rápida. Es un modo de comunicación que permite estar en contacto en tiempo real con personas de interés a través de mensajes de texto conocidos como tweets, que no sobrepasen los 140 caracteres. *En la actualidad, tiene más de 285 millones de usuarios y sigue creciendo.* (El País. 2014)

Para poder hacer uso de esta herramienta es necesario abrir una cuenta totalmente gratuita en la que se introduce un nombre precedido por “@”. Posteriormente, se asigna un perfil donde aparecen todas las búsquedas y seguimientos denominados “Following” y los seguidores con los que se cuenta, conocidos como “Followers”. También ofrece la posibilidad de buscar amigos, familiares, o invitarlos por email e incluso escoger a usuarios recomendados.

Para las empresas, esta red social es útil porque pueden comentar de manera rápida acontecimientos o información que quieren transmitir a sus seguidores de forma rápida

y gratuita. Por lo que puede servir como medio de promoción para cualquier tipo de empresas turísticas.

Figura 25: Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Twitter.



Fuente: Elaboración propia.

3.6.4.3. INSTAGRAM.

Aplicación gratuita para tomar vídeos pero principalmente fotografías, pudiendo editarlas y compartirlas desde el teléfono móvil, el ordenador o la Tablet. También, esta herramienta posibilita aplicar efectos a las imágenes. Una vez que el usuario elige el efecto que más desee, la foto es subida a su perfil y compartida con los demás usuarios que utilizan dicha aplicación. Además, cuenta con una íntima integración con Facebook y Twitter, lo que permite que las imágenes se compartan de forma sencilla en otras redes con aquellos conocidos que no utilizan Instagram.

Para las empresas esta aplicación es óptima porque permite mostrar fotografías y vídeos del propio establecimiento y de sus servicios a los diferentes usuarios.

Figura 26. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. Instagram.



Fuente: Candelaria J. (2014), *Instagram comenzará a incluir vídeos publicitarios*. Disponible online:

<http://www.condosbolsasencadamano.com/author/candelaria>

3.6.4.5. LINKEDIN.

Según unos estudios relacionados a principios del año 2015 por la Universidad de Madrid y especialmente por el Máster en Gestión de Empresa de la Comunicación afirma que esta *“herramienta que cuenta con más de 300 millones de usuarios en la actualidad”*.

LinkedIn se diferencia de Facebook porque su fin esencial es ayudar a los profesionales de todos los sectores a encontrarse con otros expertos, para estar en contacto con ellos, y poder realizar negocios e incrementar la lista de contactos en los distintos ámbitos: consultoría, asesoría, colaboración, etc.

También, esta herramienta proporciona una serie de ventajas a los usuarios para la creación de negocios, para mantener contacto directo con los líderes de los distintos sectores y así obtener respuestas sobre una cuestión en concreto, además de intercambiar opiniones, recibir u ofrecer asesoría, vender productos y encontrar clientes, empleados y proveedores.

LinkedIn ofrece un servicio gratuito a sus usuarios, aunque también la posibilidad de tener un cierto tipo de Premium: seleccionadores de personal, expertos en ventas y usuarios que buscan empleo. Estos servicios excepcionales poseen un coste entre 18 a 88 euros mensuales.

La mayor parte de las personas que utilizan esta herramienta son empresarios e individuos con elevados cargos por lo que es una red social idónea en el caso del sector turístico para las empresas dedicadas a realizar congresos y convenciones con un público objetivo dirigido a los empresarios.

Figura 27. Ejemplo de herramienta colaborativa. Red social. LinkedIn.



Fuente: Boluda, O. (2014), *Conoce el nuevo perfil de LinkedIn*. Disponible online: <http://startupandbusiness.com/nuevo-perfil-linkedin/>

3.6.5. HANGOUTS.

Herramienta gratuita de Google que permite hacer llamadas , con voz o vídeo (videoconferencias) y transmisiones en directo, con posibilidad de hasta diez amigos al mismo tiempo, a través de su página web, red social en Google+ o incluso en Youtube, En la *Figura 28* del documento podemos observar esta herramienta en el dispositivo móvil.

Para realizar una videoconferencia en Hangout sólo necesitas una cuenta de google+, una cámara web, un micrófono y altavoces. Los invitados a la videoconferencia deberán cumplir los mismos requisitos.

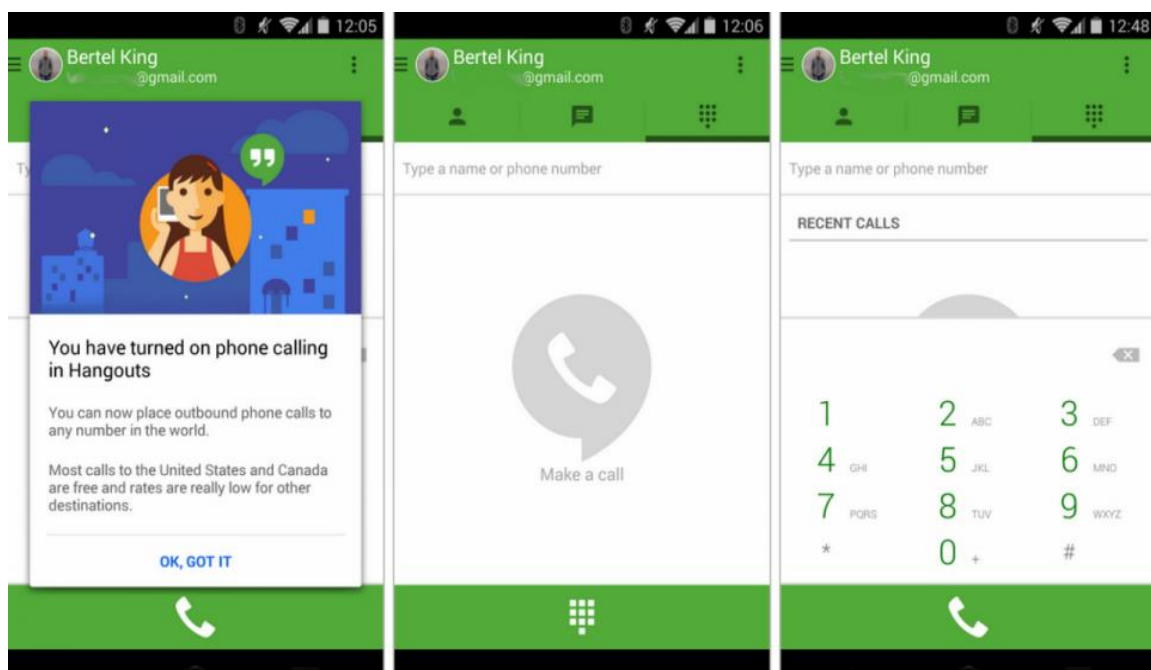
Esta herramienta actúa tanto en el ordenador como en teléfonos móviles de Android, y en la Tablet, por lo que va a facilitar hablar con todo el mundo.

Otras de sus empleos es pararealizar conversaciones entre dos o más usuarios, estas charlas se registran en la “nube” con lo que es posible sincronizarlas entre diferentes dispositivos, por lo que nunca se elimina la conversación, aunque se cambie varias veces de dispositivo.

También durante las conversaciones puedes compartir fotos además de enviar emoticonos. Estas fotografías quedan guardadas en el perfil Google+ de cada usuario.

Además dispone de un sistema con el que se puede conocer si el usuario está disponible y si ha leído los mensajes. Cuando el usuario está disponible su avatar está normal pero cuando no lo está el avatar se hace pequeño y tiene una marca de agua dentro de él.

Figura 28. Ejemplo de herramienta colaborativa. Hangouts.

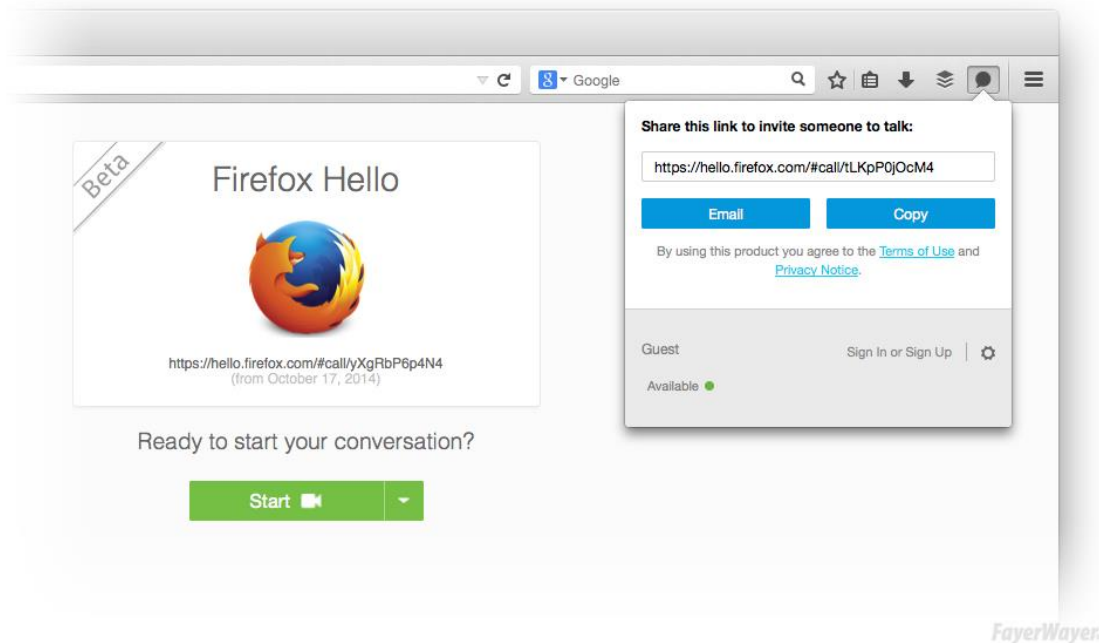


Fuente: De la Cruz C. (2014), *Hangouts se actualiza y sufre un total rediseño*. Disponible online: <https://www.wayerless.com/2014/09/hangouts-se-actualiza-y-sufre-un-total-redisenio-introduce-llamadas-gratuitas/>

3.6.6. HELLO FIREFOX.

Herramienta que permite hacer llamadas y videollamadas de forma gratuita y directamente desde el navegador, de manera online. Solo es necesario disponer de un micrófono, una webcam (esta es solo opcional) y la versión de Firefox para poder llamar a todos los amigos y conocidos que cuenten con navegadores que toleren Firefox Chrome y Opera mediante la tecnología WebRTC (interfaz de programación de aplicaciones para permitir a las aplicaciones del navegador realizar llamadas de voz y chat de vídeo), como se observa en la *Figura 29* del documento.

Figura 29. Ejemplo de herramienta colaborativa. Hello Firefox.



Fuente: Contreras M. (2015), *Firefox Hello permite hacer llamadas de navegador a navegador*. Disponible online: <https://www.fayerwayer.com/2014/10/firefox-hello-permite-hacer-videollamadas-de-navegador-a-navegador/>

4. LAS NUEVAS HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.

Hay que aceptar que todas las herramientas colaborativas y especialmente las de almacenamiento como Dropbox y todos los servicios que reúnen la información en la nube están cambiando a lo largo de los años, puesto que ya la mayor parte de los usuarios se informan desde sus aplicaciones que no desde el clásico fichero de ordenador. No

obstante, muchos de los servicios a utilizar con estas herramientas ofrecen poco espacio, suponiendo la necesidad de usar varios de estos servicios al mismo tiempo.

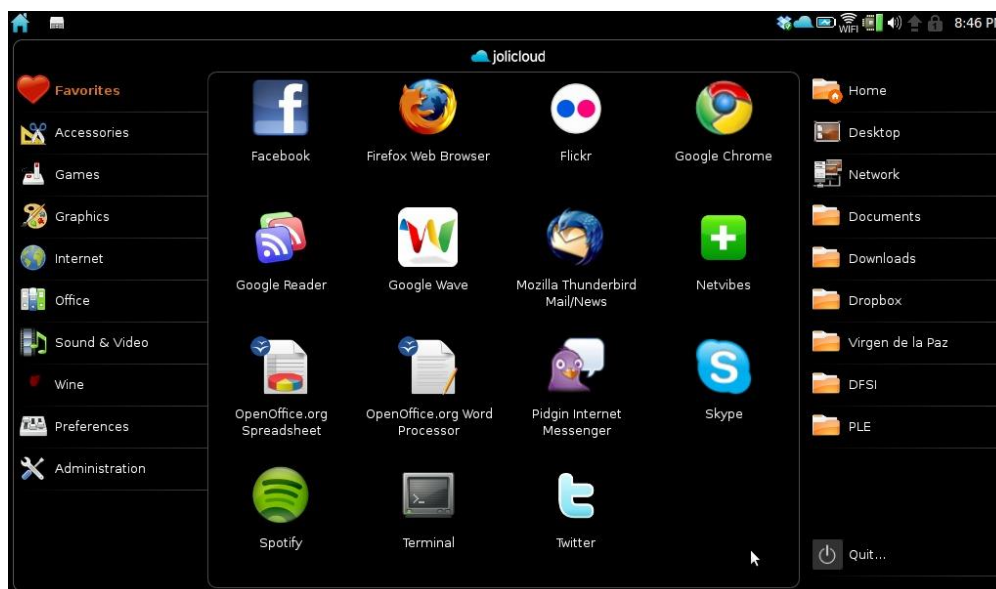
Como consecuencia de ello, muchos de los usuarios terminan con los datos desperdigados en Google Drive, Dropbox,... Por ello, para hacer frente a esta situación se ha creado diferentes programas que unifican e integran todos esos servicios en el mismo lugar. Dichos programas se mencionan a continuación:

4.5. JOLICLOUD.

Comenzó siendo un sistema operativo basado en Linux y que comprendía varios servicios más allá del almacenamiento, pero en la actualidad se dedica a unificar todas las nubes en un solo sitio accesible desde el navegador. Se muestra en la *Figura 30* del documento. Hasta ejecuta Google Drive de forma interna para poder editar documentos.

Dicha herramienta es gratuita y está disponible para descargar en dos formatos: exe (para Windows) e imagen ISO (para otros sistemas). En ambos casos ocupa alrededor de 600 Mbytes de espacio.

Figura 30. Ejemplo de herramienta colaborativa. Jolicloud.



Fuente: Maturana J. (2009), *Jolicloud, un vistoso sistema operativo para ultraportátiles*. Acceso online: <http://www.theinquirer.es/2009/01/25/jolicloud-un-vistoso-sistema-operativo-para-ultraportatiles.html>

4.2. MULTICLOUD.

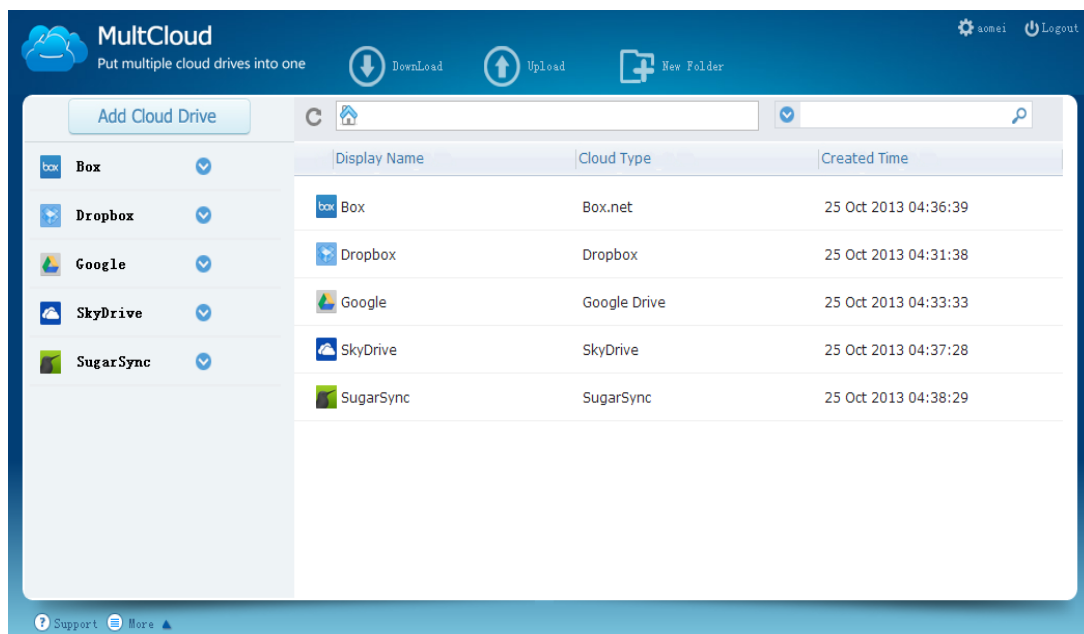
Herramienta muy similar a Jolicloud pero es gratuito sin ninguna limitación. Entre su ventaja esencial se encuentra la habilidad para programar copias de archivos de una nube a otra pudiendo realizar copias de seguridad online incluso permite poder tener varias copias de cuentas de un mismo servicio, como se observa en la *Figura 31* del documento.

Otras características con las que dispone Multcloud son:

- Permite la subida y descarga de archivos desde o hacia cualquiera de los servidores desde la propia plataforma.
- Permite mover archivos entre los diferentes servidores directamente.
- Posibilidad de compartir archivos con otros usuarios.
- Búsqueda rápida entre servidores.

Visualización previa de determinados documentos (jpg, png, gif, pdf, xls y doc entre otros).

Figura 31. Ejemplo de herramienta colaborativa. MultiCloud.



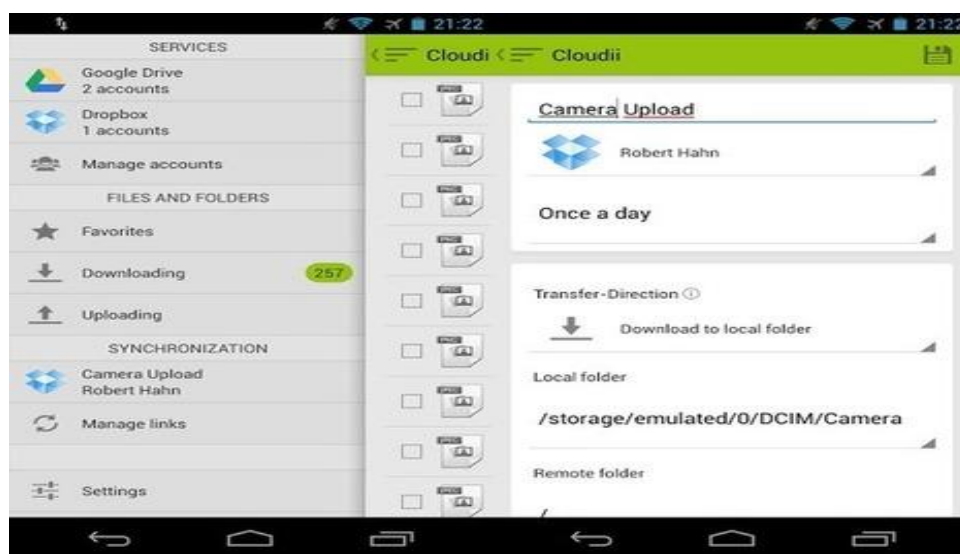
Fuente: Himanshu S. (2013), ¿Cómo acceder a MultiCloud? . Acceso online:

<http://www.techfeb.com/how-to-access-all-cloud-servers-at-once/>

4.3.CLOUDII.

Es una aplicación para Android. Se muestra en la *Figura 32* del documento su utilización en un dispositivo móvil. Una de sus características es programar transferencias de archivos entre varias nubes como MulCloud, pero desde el teléfono con Android. Tiene además capacidad para conectarse a servidores FTP (Protocolo de red para la transferencia de archivos).Es gratuito, pero ciertas funciones tienen restricciones.

Figura 32. Ejemplo de herramienta colaborativa. CloudII



Fuente: Baño J. (2014), La App para administrar todas nuestras cuentas online. Acceso online <http://www.scoop.it/t/aplicaciones-para-un-ple>

4.4. PRIMADESK.

Herramienta de gestión gratuita de los archivos del almacenamiento en la nube. Por lo que permite buscar, organizar y realizar hacer una protección del contenido en línea en un solo lugar. Pero principalmente destaca por la transferencia de archivos y fotos entre las aplicaciones de almacenamiento. En la *Figura 33* se muestra la página de acceso a la herramienta. Además puede instalarse en Android y en iOS (sistema operativo móvil de Apple). A su vez, integra redes sociales como Facebook, Twitter para compartir cualquier fichero online.Es gratuito pero con ciertos límites que se desbloquean con una cuenta Pro (pagar por ciertos servicios de pago).

Figura 33. Ejemplo de herramienta colaborativa. Primadesk.



Fuente: Elaboración propia

4.5. ZERO PC.

Es un servicio con gran amplitud, se puede utilizar en la web y en iOS/Android. En la *Figura 34* se muestra la página de acceso a la herramienta colaborativa. Esta herramienta destaca porque es capaz de convertir cada servicio de almacenamiento online en una carpeta, simulando el escritorio de un sistema operativo en su versión web. Incluso tiene una extensión para Gmail (aún en pruebas) para poder adjuntar ficheros de esas nubes directamente.

Figura 34. Ejemplo de herramienta colaborativa. Zero Pc.



Fuente: Elaboración propia.

5. PROPUESTAS DE USO DE LAS HERRAMIENTAS COLABORATIVAS.

Son numerosos los usos de las herramientas colaborativas en el ámbito empresarial, y aún más en el sector turístico. Por ello, antes de mencionar las propuestas sobre como las diferentes herramientas mencionadas anteriormente suponen una mejora en sector del turismo, existen ya una serie de ejemplos que nos muestran cómo en estos casos el uso de estas herramientas está suponiendo un cambio en la organización y del entorno en sí. Por ejemplo:

5.1. EJEMPLO 1: FORO ELECTRÓNICO

Un caso reciente es la creación del Foro Internacional de Turismo Cultural en la ciudad de Barcelona 2015 sobre el tema: *"Políticas y estrategias de turismo cultural: una alianza estratégica entre cultura y turismo para el desarrollo local y regional"*.

Barcelona es uno de los principales destinos de turismo cultural del mundo y entre sus fines está ser un espacio de debate para intercambiar experiencias y consolidar un foro electrónico para que los actores del sector público, el sector privado, las universidades, las asociaciones y las organizaciones de sector turístico puedan intervenir. Así van a configurar unos cimientos que comenzó años atrás para mejorar su investigación, formación y desarrollo de planes.

El turismo cultural aglutina diversos subsegmentos como el turismo arqueológico, arquitectónico, artesanal, artístico, cinematográfico, creativo, cultural comunitario, etnoturismo, de festivales, de museos, de teatros, gastronómico, histórico, industrial, literario, musical, patrimonial y religioso. Es por ello, debido a esta amplitud de temas a debatir consideraron que la mejor opción era la creación de un foro electrónico.

5.2. EJEMPLO 2: REDES SOCIALES Y WIKIS.

En los últimos años se está extendiendo un nuevo modelo de turismo: el turismo colaborativo. Un medio de intercambio que aumenta el mercado y constituye un mayor valor añadido al sector.

Cada año es más amplia la lista de personas que no pueden permitirse ir de vacaciones unos días en algunas épocas del año: *la proporción ha subido en los últimos seis años del 37,9% al 47,6%* (Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de

Estadística (2014). Sin embargo, la necesidad y el interés por tener unos días de vacaciones incrementa el ingenio para buscar soluciones a la hora de irse de vacaciones, utilizando por ello, las nuevas tecnologías y redes sociales.

Las nuevas formas de viajar por menos coste que han surgido en los últimos años, basadas en intercambiar bienes y servicios se conocen como el turismo colaborativo, la industria de las experiencias, con el único fin de conocer de verdad los lugares y las personas del destino.

Por lo que para desarrollar este tipo de turismo, se ha puesto en prácticas diferentes herramientas de colaboración como son Wikitravel, que trata de una Wiki específica basada en aportaciones de los viajeros, una guía de viajes global gratuita. O la denominada WeSwap que permite cambiar divisas entre particulares, lo que resulta más barato que en el banco o en el aeropuerto.

También el papel de las redes sociales ha sido importante pues ha supuesto una mayor facilidad para que los viajeros conozcan las opiniones, recomendaciones o dudas que se les puede plantear sobre los diferentes destinos turísticos y los servicios.

También está la herramienta. FlightCar es un servicio por el cual el coche puede ser alquilado por otros mientras no se está usando, y lo devuelven limpio y sin haber tenido que pagar ningún coste. Otra opción cuando no se dispone de coche o para ahorrar en gasolina, sería el Blablacar.

Una vez en el destino, puedes alojarte en casa de alguien a través de Couchsurfing. O quedarse en la casa de aquella familia que mientras se está quedando en la tuya (Home Exchange). O incluso plantar la tienda de campaña en el jardín de otro (Campinmygarden.com), o con Eatwith, puedes ir a cenar a casa de un ciudadano local y conocer a gente.

5.3. EJEMPLO 3. PROPUESTA PROPIA.

A continuación, voy a presentar mi propia propuesta de cómo las diferentes herramientas analizadas anteriormente se podrían utilizar en una organización, y más aún, que está este dedicada al sector turístico.

En mi caso, en función de los conocimientos adquiridos a lo largo de mis cuatro de carrera en Grado en Turismo, con una diversidad de asignaturas empresariales, estadísticas y una escasa asignatura en Informática para la gestión turística, voy a estudiar un caso en el que un familiar abriera un pequeño hotel en la provincia de Jaén. Con el fin de facilitar la realización de actividades, su gestión e intercambio de determinadas informaciones, voy a hacer uso de las distintas herramientas en función de las características que tiene cada una, mencionadas con anterioridad en el documento.

Por ejemplo, la herramienta Google Keep puedo utilizarla para recordar fechas de pago, ya que me permite escribir una nota, o grabar nota de voz, y de esta manera, añadiría un recordatorio antes de la fecha límite de cada pago de las facturas de la empresa. Además puedo crear una lista con todos los pagos que se deben realizar al mes para empezar a organizar mejor el dinero de la organización.

También esta herramienta me va a permitir encontrar facturas y garantías de forma rápida. Pues los papeles acaban perdiéndose al cabo del tiempo, pero con Google Keep llevaría siempre con nosotros la garantía por ejemplo, de los nuevos ordenadores que se establecerán en la organización.

Para hacer frente a los elevados costes que supone la utilización de los famosos sistemas GDS, denominados en el sector de la hostelería como CRS como son Amadeus, Galileo para realizar las actividades de compra, venta, distribución, etc... Otra de mis propuestas en función de las herramientas analizadas con anterioridad sería por ejemplo, Zoho, herramienta personalizable para satisfacer las necesidades específicas del negocio porque se adapta tanto para B2B como para B2C, es decir, para la empresa y para los clientes puesto que posibilita la captación de posibles clientes, gestionar las ventas, control de la agenda, recoge la información de la base de datos y permite relacionarla con todo el histórico del cliente. Por ejemplo con Zoho Polls permitiría la creación y control de encuestas acerca de la ocupación de las habitaciones, o para conocer cuáles son las actividades que ofrece la organización que más interesa a los diferentes clientes.

Otra propuesta sería la utilización de la herramienta Google Drive, con la cual nuestra organización podría especificar una fecha y hora en la que se desea que los enlaces compartidos, archivos y carpetas con otras empresas y clientes caduquen, haciéndola que se convierta en privada después de ese período, estableciendo cierta seguridad en el intercambio de información.

Además, nos va a permitir una gran capacidad de almacenamiento para guardar todos los archivos, carpetas, copias de seguridad y todo el contenido relevante, pues sincroniza todos los archivos de la empresa incluidos en el ordenador y en el teléfono para poder acceder en cualquier momento cuando se necesiten. También un mayor control para establecer un sistema de permisos y accesos de los usuarios a los documentos, pudiendo saber quién los ha utilizado o compartido.

Otra de las propuestas para su utilización en la organización, sería Google Calendar que permite utilizarla desde el ordenador y dispositivos móviles, se podría utilizar para mantener actualizadas entrevistas, citas, fechas de documentos a entregar, festivos sin olvidarse de ningún acontecimiento. Pues no es sólo una agenda, es una secretaria que te mantiene informado de tus actividades, citas y compromisos, y encima es gratuita.

También se podría utilizar la herramienta Google Docs muy útil para el trabajo colaborativo con documentos compartidos, pues en nuestra organización se podría utilizar si tenemos la necesidad de que diferentes empleados o departamentos modifiquen o visualicen a la vez un mismo documento o hoja de cálculo. Estos documentos pueden ser privados o públicos, compartidos sólo con los usuarios que se especifiquen directamente o compartidos con todos aquellos usuarios que reciban un enlace concreto, con lo que proporciona suficiente flexibilidad para un uso habitual.

Otra de las herramientas a utilizar en este caso para la publicidad de la empresa podría ser un Blog. A pesar de que los visitantes de un blog no son millones, como ocurre en la televisión, la prensa o la radio alcanzando audiencias realmente masivas.

Pero está claro que el marketing tradicional se está volviendo menos eficaz con la misma velocidad con que se está volviendo más caro. Algunas compañías grandes aún pueden soportarlo pero, desde luego, las pequeñas deben luchar por hacer rentable cada céntimo que invierten en publicidad (Esic 2014). Por ello es una gran opción optar por la creación de un blog en la organización con el fin de captar y fidelizar a millones de clientes mediante estrategias de coste que ronda el cero. Pues, un blog es lo contrario del marketing de masas, no invade en la vida de los demás, sino que consigue que los lectores lo sigan voluntariamente. El blog es, además, un mecanismo diseñado para aprovechar el poder de las redes y permite lanzar campañas de publicidad. También permite que el responsable de la organización responda en persona a cuestiones con entusiasmo, lo que conlleva una mayor valoración por parte del cliente.

Otra herramienta a utilizar en relación a la publicidad sería la incorporación a las Redes sociales pues es una útil herramienta con la creación de un perfil principalmente para la notoriedad de la marca, venta de productos y/o servicios, originar contactos con clientes potenciales, captar talento y nuevas ideas, encontrar nuevas posibilidades de negocio, observar a la competencia, obtener los puntos de vista de los clientes, mejorar la imagen de la organización, fidelizar a los clientes, promocionar productos/servicios, mejorar la formación interna entre empleados y facilitar la comunicación.

También otra herramienta propuesta a utilizar sería Wiki, puesto que se utilizaría como un espacio de creación de ideas para el intercambio y debate de nuevas ideas y proyectos, para organizar eventos y crear documentos de trabajos. Además nos facilitaría como espacio de almacenamiento accesible a todos para compartir archivos y documentos de trabajo, descripción de productos y/o servicios.

Otra herramienta útil a utilizar sería las Listas de distribución, puesto que nos va facilitar llegar mensajes a múltiples usuarios de una vez, evitando enviar un mensaje individual a cada uno de ellos. De esta manera se comparte información de forma rápida sobre diferentes temas a aquellos que requieren estar informados de forma permanente. Además, va a permitir llevar a cabo una serie de debates de forma enriquecedora a través de las aportaciones de las opiniones y experiencias de los usuarios.

También la herramienta Remember the milk, pues por ejemplo, en la organización podemos tener una lista predefinida como TourismeHolidays, y una serie de listas dinámicas pendientes para los próximos días, pero las carpetas no tienen que crearse por anticipado, si no que se van creando mediante etiquetas que conforman la tarea. Por supuesto una misma tarea puede aparecer en diversas listas, fijas y dinámicas. Lo que va a permitir procesar grandes cantidades de tareas resultado de proyectos complejos.

Por lo que podemos observar que podría ser un sinfín de propuestas de uso de estas herramientas colaborativas en todo tipo de organizaciones incluido el sector turístico y aunque hoy día su uso es escaso, en el futuro será más que habitual.

CONCLUSION

El objetivo principal de la elaboración de este proyecto es el estudio de la situación actual en cuanto al uso de las herramientas colaborativas de la denominada Web 2.0 en el marco del sector turístico, tanto en el caso interno basado en la relación y gestión entre el personal de la organización y su vertiente externa con la relación entre clientes y proveedores. También, otro de los fines era un análisis de los diferentes tipos de herramientas colaborativas, y de las características de las mismas teniendo en cuenta los cambios que se producen a partir de la aparición de estas herramientas. Por último se ha concluido con la elaboración de unas posibles pautas de utilización de dichas herramientas en el ámbito turístico.

Por lo que a través de este trabajo realizado he podido conocer que tanto los usuarios como las empresas ansiosos de poder expresar sus opiniones y puntos de vista a la vez que intervenir en el mundo web para mejorar la comunicación, el intercambio de información a gran velocidad, la posibilidad de compartir experiencias, facilitar el propio trabajo entre empleados, tener un contacto más cercano y directo con proveedores u otras empresas, además para conocer las necesidades y gustos de los clientes, y abrir su entorno al exterior creando así una imagen de transparencia afín de aumentar el nivel de confianza de la organización. Por ello las organizaciones han adoptado una serie de herramientas surgidas muy rápidamente en los últimos años, dejando atrás las dificultades de realizar esas actividades habituales. Si está claro que estas herramientas influyen positivamente sobre: la gestión comercial, la comunicación, las relaciones públicas y la gestión de recursos humanos en empresas del sector turístico pero sobre todo en el valor de la experiencia del cliente en la organización.

El uso de estas herramientas colaborativas ha supuesto un cambio radical en las condiciones de mercado para las empresas especialmente del sector turístico y para la sociedad en general. En definitiva, ha dado lugar a una nueva sociedad participativa y en la mayor parte de los casos comprometida donde el poder de la organización y del ciudadano es equivalente.

Esta realidad empieza a consolidarse en el panorama mundial, si bien es cierto muchas empresas aún tendrán que adaptarse a estos cambios, pero lo que no hay duda que siempre hay lugar para la innovación, la participación y la colaboración.

BIBLIOGRAFIA

- **LIBROS/REVISTAS.**

- Alonso A., C.; Rodríguez A., y Ballester, P. T. (2008). *El impacto de la tecnología social en las decisiones de consumo turístico*. Universidad de Málaga.
- Bello, L., Polo, Y., y Vázquez, R. (1999). *Recientes aportaciones del marketing a la cultura corporativa y a la obtención de ventajas competitivas*. *Papeles de Economía Española*, pp: 78-79, 190-211.
- Cabero, J. (2000). *Las nuevas tecnologías de la información y comunicación: Aportaciones a la enseñanza*. *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Madrid: Síntesis.
- Castelló, A. (2010). *La orientación empresarial hacia el cliente en la web 2.0*. *Miguel*. Madrid.
- Díaz, P. (2009). *Metodología para la presencia de las zonas turísticas españolas en internet*. *Las organizaciones de destinos turísticos* (tesis doctoral). Universidad de Málaga.
- Fernández, J., Rovira, C., y Gómez, L. (2010). *Propuesta de diseño de una plantilla multidisciplinar para el análisis y evaluación de webs de destinos turísticos*. Universidad de Málaga
- Haykanush M. (2012), *Las redes sociales como medio de promoción turística para hoteles: estudio de caso de dos hoteles de la ciudad de Gandía: Escuela Politécnica de Valencia*, pp: 10-16.
- Hernández Martín A.(2011). *Redes sociales y edublogs como herramientas de aprendizaje colaborativo*. Edición Universidad de Salamanca.

- Fundetec. (2012). *Análisis sectorial de implantación de las TIC en la pyme española*. (ePYME 2012).
- García Martín, G. (2014), *El marketing está cambiando. Un modelo econométrico sobre marketing y nuevas tecnologías*, Esic.
- Garrido, P. (2012). *Creatividad e innovación en la promoción turística online. Asociación para la creatividad*, p. 18.
- LópezCuenca, L.(2010), *Estrategia de comunicación y posicionamiento en la web 2.0, aplicación caso real: Ayuntamiento de Madrid*.
- Martos Rubio A.(2010), *Redes Sociales*, Anaya 2010.
- Melián, S., Bulchand, J., y González, B. (2010). *La participación de los clientes en sitios web de valoración de servicios turísticos. El caso de Tripadvisor*. Revista de Análisis Turístico, 10(2), 17-22.
- Redondo Duque M. (2005), *Sistemas interactivos y colaborativos en la web*. Ediciones de la Universidad de Castilla y La Mancha.
- Valverde Berrocoso J.(2011), *Políticas educativas para la integración de las TIC en el sistema educativo*. Dukinson.
- Vela E. (2011), *Manual de comunicación turística*, Documenta Universitaria,
- **WEBS.**
 - Barzanallana R. (2014), “Práctica de Google Drive”, *Asignatura Informática Aplicada a las Ciencias Sociales*, Universidad de Murcia. Disponible online: <http://www.um.es/docencia/barzana/PRACTICAS/Practicas-Google-Drive.html> (consulta 12/04/2015)

- CARRION N.(2011): *Primeros pasos en tu estrategia de social media*, Disponible online : <http://noelcarrion.com/2011/primeros---pasos---en---tu-estrategia---de---social---media---1%C2%AA---parte/> (consulta 28/05/2015)
- Clemente Carrilero T., (2014), *Estudio del uso de la web 2.0 e Internet para aprendizaje y trabajo en el área de educación secundaria*. Universidad de Castilla-La-Mancha. Disponible online: <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/4231/TFG%20Tomas%20Clemente%20Carrilero%202014.pdf?sequence=1>(consulta 09/05/2015)
- E-Intelligent (2012):*Las ventajas de la presencia de las empresas en redes sociales»* Disponible online:<http://www.eintelligent.es/Blog/VisualizarNoticia/ventajas/presencia/empresas/redes/sociales/tabid/237/itemid/153/type/noticia/Default.aspxc> (consulta 02/05/2015)
- Rebato C.(2011), *5 herramientas colaborativas para trabajar en la nube*. Disponible online: <http://hipertextual.com/2011/02/5-herramientas-colaborativas-para-trabajar-en-la-nube>(consulta 14/05/2015)
- Trillas A. (2014) *El consumo colaborativo revoluciona el turismo*, El diario. Disponible online: http://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/consumo-colaborativo-revoluciona-turismo_6_286681333.html(consulta 21/04/2015)