

62555

25 AÑOS DE TRANSFORMACIÓN TURÍSTICA: MIRANDO AL FUTURO CON GARANTÍAS

EDITORES:

RAFAEL LAPIEDRA

ROSA M.^a RODRÍGUEZ

Universitat Jaume I



R.225291

tirant lo blanch

Valencia, 2023

Índice

PRÓLOGO	19
RAFAEL LAPIEDRA ALCAMÍ	
ROSA M ^a RODRÍGUEZ ARTOLA	

PARTE I

SOSTENIBILIDAD

TURISMO INTELIGENTE, TURISMO EN EL METAVERSO: NUEVAS POSIBILIDADES PARA UN FUTURO EN TURISMO

FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ

1. INTRODUCCIÓN	25
2. EL TURISMO INTELIGENTE. EL TURISTA COMO CONSUMIDOR.....	25
3. EL TURISMO Y EL METAVERSO: NUEVOS PRODUCTOS, NUEVOS PERFILES.....	27
3.1. El turismo y su incorporación al Metaverso: una realidad dentro de una ficción. Las dificultades de una regulación	28
3.2. El Metaverso como experiencia para el viajero. Casos de turismo en el Metaverso ...	30
4. CONCLUSIONES.....	37
5. AGRADECIMIENTOS.....	37
6. BIBLIOGRAFÍA	37

LA RUTA DEL QUIJOTE EN CAMPO DE CRIPTANA (CIUDAD REAL) EN EL MARCO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

MARTA PILAR ARTEAGA RODRÍGUEZ DE LOS SANTOS

ALBERTO PALOMARES CHUST

1. INTRODUCCIÓN	41
2. OBJETIVOS	42
3. METODOLOGÍA	42
3.1. Análisis DAFO	42
3.2. Análisis de los Planes de Sostenibilidad Turística.....	43
3.3. Análisis de la Presencia en Medios Digitales.....	43
4. DISEÑO FORMAL DE PÁGINA WEB Y APLICACIÓN MÓVIL	43
4.1. Página web	44
4.2. Aplicación móvil	45
5. CONCLUSIONES.....	46
6. BIBLIOGRAFÍA	47

**ROBOTS SOCIALES EN HOSPITALITY:
UN ESTUDIO DE LA PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES**

DR. LUIS J. CALLARISA-FIOL, DR. MIGUEL ÁNGEL MOLINER-TENA,
DR. JAVIER SÁNCHEZ-GARCÍA, DRA. ROSA MARÍA RODRÍGUEZ-ARTOLA,
y DR. JUAN BAUTISTA FERRERES-BONFILI, DRA. OBDULIA MONTESERIN-ABELLA

1. INTRODUCCIÓN	49
2. ROBOTS SOCIALES EN HOSPITALITY.....	51
2.1. Robots en turismo	51
2.2. Robots sociales en hospitality.....	53
3. METODOLOGÍA	55
4. RESULTADOS	57
5. CONCLUSIONES.....	63
6. BIBLIOGRAFÍA.....	66

**UN TRINOMIO INDISOCIABLE: EDUCACIÓN, TURISMO
Y SOSTENIBILIDAD**

MERCEDES MILLÁN ESCRICHE

1. INTRODUCCIÓN/JUSTIFICACIÓN	72
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	74
3. RESULTADOS. LAS INTERRELACIONES DE LA SOSTENIBILIDAD	75
3.1. Turismo Sostenible	75
3.2. Educación Ambiental y Educación para el Desarrollo Sostenible	77
3.3. Educación para la ciudadanía global	81
4. CONCLUSIONES.....	84
5. REFERENCIAS	86

**TURISMO Y SOSTENIBILIDAD ENERGÉTICA: LA APLICACIÓN
DE LA LEY 7/2021, DE 20 DE MAYO, DE CAMBIO CLIMÁTICO
Y TRANSICIÓN ENERGÉTICA AL SECTOR TURÍSTICO**

EVA MARÍA LÓPEZ TUBÍA

1. LA POSICIÓN PRIVILEGIADA DEL TURISMO EN LA SOSTENIBILIDAD AM- BIENTAL: LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, TURISMO Y SOS- TENIBILIDAD ENERGÉTICA.....	92
1.1. El concepto de Desarrollo Sostenible, turismo sostenible y Objetivos de Desa- rrollo Sostenible	92
1.1.1. La Agenda 21 de la Industria del Viaje y del Turismo de 1994.....	94
1.1.2. La Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible en Lanzarote de 1995 y la Cumbre Mundial del Turismo Sostenible de 2015 en Vitoria-Gasteiz (Pais Vasco): la Carta de Turismo Sostenible + 20	94
1.1.3. Día Mundial del Turismo, 27 de septiembre de 2012: Turismo y Sosteni- bilidad Energetica	95
1.2. El marco internacional: el Acuerdo de París de 2015, desarrollo de sus reglas en Katowice y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.....	96
1.3. La Unión Europea, principal impulsora de la respuesta internacional frente a la crisis climática. La neutralidad climática de la UE	97

2. LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA COMO MEDIDA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO EN ESPAÑA.....	98
2.1. La Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética.....	98
2.2. Planes nacionales integrados de energía y clima (PNIEC) y la Estrategia de Descarbonización	99
2.3. Los objetivos mínimos nacionales de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, energías renovables y eficiencia energética de la economía española para los años 2030 y 2050	100
3. CONSOLIDACION DE UN TURISMO SOSTENIBLE CON EL USO DE FUENTES DE ENERGÍA RENOVABLES PARA HACER FRENTE A LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO	101
3.1. La huella de carbono del turismo y las emisiones de Gases Efecto Invernadero.....	101
3.2. Ejemplos de Proyectos y Experiencias de Turismo Sostenible	102
3.2.1. El Proyecto europeo sobre Eficiencia Energética en el sector hotelero CHOSE	102
3.2.2. El proyecto HES (Hotel Energy Solutions) de la OMT.....	103
3.2.3. La certificación Biosphere Sustainable, solución para la sostenibilidad turística	103
3.3. Un Destino Turístico Sostenible: la Reserva de Biosfera de Urdaibai	105
4. BIBLIOGRAFÍA	105

PLANES TERRITORIALES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO FINANCIADOS CON FONDOS NEXT GENERATION, OPORTUNIDAD ÚNICA PARA TRANSFORMAR LOS DESTINOS DE LA COMUNITAT VALENCIANA

ESTHER VALERO RELLO

1. CONTEXTUALIZACIÓN	108
1.1. Next Generation: financiación frente a la crisis COVID-19.....	108
1.2. Palancas, componentes, medidas: el turismo es parte del Plan.....	110
1.3. Gestión y gobernanza del plan de recuperación.....	111
2. LOS PLANES TERRITORIALES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS.....	113
2.1. La Estrategia Nacional de Sostenibilidad Turística: programas ordinario y extraordinario.....	113
2.2. La Estrategia Nacional de Sostenibilidad Turística en la Comunitat Valenciana y en la provincia de Castellón.....	115
3. BIBLIOGRAFÍA.....	119

PARTE II GESTIÓN EMPRESARIAL

INCERTIDUMBRE DE POLÍTICA ECONÓMICA Y RENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PYMES DEDICADAS AL TURISMO Y AL OCIO EN ESPAÑA

JESSICA PAULE-VIANEZ, CARMEN ORDEN-CRUZ y DANIEL VÉLEZ-SERRANO

1. INTRODUCCIÓN	124
-----------------------	-----

2. MARCO TEÓRICO	125
3. METODOLOGÍA	126
4. DATOS	127
5. RESULTADOS	129
5.1. Resultados análisis descriptivo	129
5.2. Resultados análisis de datos de panel	132
6. CONCLUSIONES	135
7. BIBLIOGRAFÍA	135

EL SECTOR TURÍSTICO EN LA ERA DEL COVID 19: IMPACTO, INNOVACIÓN, Y REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN MARRUECOS

OUAFAE ABDELOUAHAB REDDAM y ANASS WAHBY

INTRODUCCIÓN	142
1. GRANDES PANDEMIAS DE LA HISTORIA	143
2. IMPACTO DE LA CRISIS SANITARIA SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO MARROQUÍ	144
3. LAS MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA PARA ENFRENTAR LA CRISIS SANITARIA DEL COVID-19	148
4. CONCLUSIÓN	151
5. BIBLIOGRAFÍA	152

IT PAYS TO TAKE CARE OF EMPLOYEES: HOW CSR TOWARDS EMPLOYEES INCREASES GREEN INNOVATION IN TOURISM SECTOR

JACOB GUINOT, RICARDO CHIVA, INMA BELTRÁN
y ZINA BARGHOUTI

1. INTRODUCTION	155
2. HYPOTHESIS DEVELOPMENT	158
2.1. CSR towards employees and OLC	158
2.2. The mediating role of organizational commitment between CSR and OLC	160
2.3. OLC and green innovation	162
3. METHODOLOGY	163
3.1. Sample and Data Collection	163
3.2. Measures	164
3.3. Statistical procedure	168
4. RESULTS	169
5. CONCLUSIONS	170
5.1. Limitations and future lines of research	171
6. REFERENCES	172

DESVELANDO LOS EFECTOS DIRECTOS DE LA HETEROGENEIDAD DE LA EMPRESA FAMILIAR EN EL DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

BEATRIZ FORÉS, JOSÉ MARÍA FERNÁNDEZ-YÁÑEZ, ALBA PUIG-DENIA
y MONTSERRAT BORONAT-NAVARRO

1. INTRODUCCIÓN	178
-----------------------	-----

2. MARCO CONCEPTUAL	182
3. HIPÓTESIS	183
3.1. Implicación de la familia en la empresa y en el equipo de alta dirección (EAD), y desempeño medioambiental.....	183
3.2. CEO familiar y desempeño medioambiental	187
3.3. Generación familiar y desempeño ambiental.....	188
3.4. Comité de dirección y desempeño ambiental	189
4. METODOLOGÍA	191
4.1. Variables	192
4.2. Método de análisis y pruebas de validez.....	194
5. RESULTADOS	194
6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	197
6.1. Limitaciones y futuras líneas de investigación.....	199
7. AGRADECIMIENTOS.....	200
8. REFERENCIAS	200

CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS ALOJAMIENTOS RURALES DE GRAZALEMA, CÁDIZ

PAULA RAMÍREZ CHACÓN y BELÉN MALDONADO LÓPEZ

1. INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DEL TURISMO RURAL	210
1.1. El alojamiento rural en Grazalema.....	212
1.2. Estándares de calidad en Grazalema.....	213
2. OBJETIVOS	215
3. METODOLOGÍA	215
3.1. Plan de muestreo.....	217
4. DISCUSIÓN Y RESULTADOS	219
4.1. Concepto de calidad de los alojamientos rurales.....	219
5. CONCLUSIONES	221
6. REFERENCIAS	222

EFFECTOS DE LA CALIDAD DE LA RELACIÓN SOBRE LA SATISFACCIÓN ECONÓMICA EN CONTEXTOS B2B: ¿IMPULSA LA CO-CREACIÓN DE VALOR?

LUISA VALLEJO-AUÑÓN, ROBERTO GIL, GLORIA BERENGUER-CONTI
y IRENE GIL-SAURA

1. INTRODUCCIÓN	226
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	227
2.1. La co-creación de valor	227
2.2. La calidad de la relación	229
2.3. La satisfacción económica.....	231
3. METODOLOGÍA	232
3.1. Medición de las variables	232
3.2. Muestra y recogida de la información.....	233
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	234
5. CONCLUSIONES, IMPLICACIONES Y LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS	238
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	240

**IMPLANTACIÓN DE PRÁCTICAS DE RECURSOS HUMANOS
SOCIALMENTE RESPONSABLES EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL:
UN ANÁLISIS EXPLORATORIO**

FRANCISCO FERMÍN MALLÉN BROCH, EMILIO DOMÍNGUEZ ESCRIG,
JUAN DAROCHA HUERTA y RAFAEL LAPIEDRA ÁLCAMÍ

1. MARCO TEÓRICO	246
1.1. Responsabilidad Social Corporativa: Concepto e importancia	246
1.2. Relación entre RSC y prácticas de recursos humanos: prácticas verdes y social- mente responsables	250
1.3. Relación entre RSC, percepción de prácticas de RRHH e innovación.....	252
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	254
2.1. Objetivos de la investigación	254
2.2. Muestra.....	256
2.3. Escalas de medida.....	257
3. RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	258
4. REFERENCIAS	261

PARTE III

TURISMO DE EXPERIENCIAS

**ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA EN EL TURISMO CREATIVO
DE ALTA GAMA EN ESPAÑA. CASO DE LAS JOYAS DE AUTOR**

IRENE MARTÍN RUBIO, CARMEN FONSECA VELASCO
y LAURA MÁRQUEZ

1. INTRODUCCIÓN	268
2. EL MERCADO DEL LUJO	270
2.1. El turismo de alta gama en España	271
3. LAS JOYAS DE AUTOR EN EL TURISMO CREATIVO	272
4. INNOVACIÓN EN LAS EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS DE TURISMO. EL CASO DE LAS JOYAS DE AUTOR	275
4.1. Percepción del lujo y el precio	275
4.2. Economía de la Experiencia en el turismo creativo de las joyas de autor	278
4.2.1. Experiencias escenificadas (Economía de la experiencia 1.0)	279
4.2.2. Experiencias co-creadas (Economía de la Experiencia 2.0)	284
4.2.3. Experiencias transformadoras (Economía de la Experiencia 3.0)	286
5. CONCLUSIONES.....	287
6. REFERENCIAS	289

**EL CAPITAL INTELECTUAL Y LAS HISTORIAS DE LAS EXPERIENCIAS DEL TURISMO
RURAL EN LA ERA POST-COVID**

IRENE MARTÍN RUBIO, THAIS RANGEL y ELCIO MENDONÇA

1. INTRODUCCIÓN	296
2. EL TURISMO RURAL Y...CREATIVO	297

3. RELEVANCIA Y ELEMENTOS DEL CAPITAL INTELECTUAL (CI) EN EL TURISMO RURAL.....	298
4. RELEVANCIA DE LA NARRATIVA EN EL TURISMO RURAL CREATIVO	303
5. CONCLUSIÓN	303
6. REFERENCIAS	304

PROPUESTA DE RED DE ACTORES SOCIALES EN EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA REGIÓN SUROESTE DEL ESTADO DE MÉXICO

JESÚS ALEXANDER MILLÁN CEN, IRAIS GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ
y HUMBERTO THOMÉ ORTIZ

1. INTRODUCCIÓN	308
2. ANTECEDENTES DE TRABAJO EN EL TERRITORIO RSO-EDOMÉX.....	310
3. LA COLABORACIÓN EN EL TERRITORIO DESDE LA CONSTRUCCIÓN TURÍSTICA.....	313
4. EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA REGIÓN SUROESTE DEL ESTADO DE MÉXICO: UNA FORMA DE RED.	317
5. LOS PRIMEROS ENCUENTROS. RED DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA RSO-EDOMÉX.....	323
6. LOS DESAFÍOS PRESENTES EN ESTA ARTICULACIÓN	326
7. REFLEXIONES PRELIMINARES.....	327
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	327

EL PAPEL DEL GUÍA TURÍSTICO EN LA ERA POST-COVID: DE LA FUNCIÓN INFORMATIVA A LA CO-CREACIÓN DE EMOCIONES

DANIELA BUZOVA y SILVIA SANZ-BLAS

1. INTRODUCCIÓN	332
2. LA FUNCIÓN DEL GUÍA TURÍSTICO: REVISIÓN DE LA LITERATURA	332
3. LA EVOLUCIÓN DEL PAPEL DEL GUÍA TURÍSTICO: LA LABOR EMOCIONAL ...	336
4. CONCLUSIONES.....	339
5. BIBLIOGRAFIA	340

EL COMERCIO DE BENIDORM EN SU MEDIO URBANO

JOSE ANTONIO OLIVAS RUBIO

1. INTRODUCCIÓN	346
1.1. La realidad urbana y comercial	346
1.2. Benidorm ciudad turística	347
2. FUENTES DE DATOS Y METODOLOGÍA	348
3. RESULTADOS	351
4. CONCLUSIONES.....	359
5. BIBLIOGRAFÍA	360