

Índice de contenido

Prólogo	5
Introducción	9
Definiciones y conceptos de turismo, 9.	
Cap. 1. Las funciones del Estado en el turismo	15
Las funciones clave del Estado, 17. Derribar mitos y obstáculos, 21.	
Cap. 2. Los grandes errores estratégicos y de gestión en el turismo	25
Los grandes errores de la política turística, 27. Nuevas realidades y formas de hacer, 29. Estadísticas que sostienen los errores, 30. Los errores de la Organización Mundial del Turismo (OMT), 32. Las teorías y modelos que no funcionan, 33. Competir en los mercados internacionales, 34. Empresas de aporte marginal al desarrollo, 35. El gran reto, 37.	
Cap. 3. Directrices y actores que guían la evolución del turismo	39
De la <i>skholé</i> al turismo experiencial, 41. Consumo turístico posmoderno: las nuevas claves, 43.	
Cap. 4. Los grandes modelos del desarrollo del turismo	45
Dos grandes fases de desarrollo del turismo, 47. Una recapitulación, 53.	

Cap. 5. Los retos y premisas para un nuevo turismo	55
Los nuevos retos, 57. Las premisas fundamentales para un nuevo turismo, 57.	
Cap. 6. Innovación: conceptos y estrategias	65
Conceptos básicos, 67. Vías para competir, 68. Una ruta alternativa, 69. Las bases, 70. Las personas son la clave, 71. Recuento histórico, 72. Sociedad del conocimiento, 73. Gestión del conocimiento, 73. Modelos de liderazgo, 74. La importancia de las Pymes, 75.	
Cap. 7. Revolución microeconómica y destinos emocionales: una estrategia de crecimiento con calidad	79
Calidad del crecimiento, 81. Crecer con calidad implica impulsar una revolución microeconómica, 82. La importancia de los emprendedores, 83. Crear nuevas instituciones y mejorar la coordinación existente, 83. Crear nuevos modelos, 84. Empresas Socialmente Responsables, 85. Destinos emocionales, 87. Administración de riesgos en el turismo, 89.	
Bibliografía	91
Sitios en la red, 91.	
Índice analítico	93