

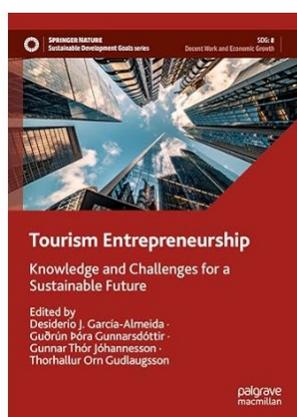
BOOK REVIEW

Tourism entrepreneurship: Knowledge and challenges for a sustainable future. García-Almeida, D.J., Gunnarsdóttir, G.P., Jóhannesson, G.T., & Gudlaugsson, T.O. (Eds.). Palgrave Macmillan. 2024. ISBN: 978-3-031-61248-0

Sara Ojeda-González¹

Infecar, Feria de Gran Canaria, España

<https://doi.org/10.20420/eni.2024.753>



Este libro ofrece un recorrido exhaustivo sobre el emprendimiento en el sector turístico, abordando los desafíos y conocimientos necesarios para fomentar un desarrollo

sostenible en el sector. Cada capítulo se enfoca en diferentes aspectos del emprendimiento turístico, explorando desde sus fundamentos hasta las nuevas tendencias y retos en un contexto global. A continuación, se detallan aspectos de cada capítulo con el objetivo de enriquecer la comprensión de esta obra como un recurso académico y también práctico. El primer capítulo presenta un marco general sobre el impacto del turismo como agente de cambio, capaz de transformar destinos mediante un proceso tanto creativo como destructivo. Analiza cómo el turismo ha sido impulsado como herramienta de diversificación económica y generación de empleo, aunque también enfrenta desafíos significativos, como los efectos de la

pandemia de COVID-19 y otros problemas ambientales y climáticos. Por otro lado, en el capítulo dos se examinan los factores basados en el conocimiento que impulsan el crecimiento de nuevas empresas turísticas en regiones ibéricas, nórdicas y bálticas. Mediante un análisis de regresión se prueban las hipótesis planteadas y se concluye que la educación superior y la innovación en procesos son elementos clave para el éxito y la sostenibilidad de estas empresas en el largo plazo. El tercer capítulo está dedicado a emprendedores inmigrantes, se explora su trayectoria en el sector turístico identificando la experiencia laboral previa como un factor determinante en la construcción de sus habilidades empresariales. Este análisis aporta una perspectiva única sobre cómo estos emprendedores pueden contribuir a la innovación en destinos turísticos maduros. Además, en el cuarto capítulo se ahonda en el rol de los inmigrantes en el sector, pues se investiga la "estrategia de enclave" de los emprendedores inmigrantes y cómo esta puede beneficiar a sus comunidades coétnicas en términos de bienestar y cohesión social. Se destacan dos dimensiones de esta estrategia —fuentes de suministro y mercado objetivo—, revelando cómo estas

¹ Corresponding author: sara.ojeda@ulpgc.es.

decisiones estratégicas fortalecen la contribución de estos empresarios al desarrollo comunitario. Por otro lado, en el capítulo cinco se introduce el modelo de calidad, reputación y desempeño (QRP) y su relevancia en el sector hotelero. A través de un análisis cuantitativo, se demuestra que la reputación tiene un impacto mayor que la calidad en el desempeño organizacional, subrayando la importancia de ambos factores para el crecimiento sostenible en el sector. La perspectiva de nuevos agentes en el sector turístico se expone en el sexto capítulo, ya que se aborda el rol de *Airbnb* en la sostenibilidad del turismo rural. A través de estudios de caso en Islandia, Dinamarca y Noruega, se examina cómo esta plataforma puede actuar como un medio de emprendimiento para los residentes rurales, promoviendo el consumo local y una redistribución económica que beneficia a las comunidades. Otro aspecto a resaltar es el emprendimiento en el ámbito rural, analizado en el capítulo siete, donde se explora el trabajo relacional en el contexto de las pequeñas empresas turísticas en áreas rurales. La importancia de las relaciones formales e informales se presenta como un pilar para el desarrollo de relaciones laborales resilientes, contribuyendo así a la estabilidad y sostenibilidad en estos entornos laborales. El siguiente capítulo, el número ocho de la obra, examina el impacto de la pandemia en el turismo islandés, subrayando el papel del gobierno y de las redes de apoyo en la resiliencia de las empresas. Se destaca cómo la crisis promovió la innovación y la colaboración, fortaleciendo el ecosistema empresarial a pesar de las dificultades. La crisis de la reciente pandemia tuvo un gran impacto en el sector turístico y, de

este modo, en el capítulo nueve se analiza cómo los *influencers* de redes sociales pueden apoyar a los emprendedores locales en tiempos de crisis mediante estrategias de marketing digital, utilizando el modelo de elaboración de verosimilitud (ELM). Este enfoque demuestra cómo la autenticidad y la empatía en la narrativa pueden fomentar el desarrollo económico inclusivo. La digitalización del sector no solo se queda en el ámbito del marketing, sino que también, como se analiza en el capítulo diez, atañe a la digitalización del sector en su conjunto. Así, el mencionado capítulo examina el papel de las aplicaciones digitales en la industria turística islandesa y los retos de su implementación. Mediante tres estudios de caso, se demuestra el valor de la digitalización en la sostenibilidad del turismo, aunque también se señalan obstáculos significativos para su adopción generalizada. Para finalizar, el último capítulo presenta un análisis cuantitativo de las tendencias en investigación sobre emprendimiento turístico, señalando la importancia de un enfoque interdisciplinario que vincule el turismo y la sostenibilidad. Este análisis proporciona una guía para futuros estudios y refuerza el valor del emprendimiento turístico como un motor de desarrollo local y global. Se concluye como "Emprendimiento Turístico: Conocimientos y Desafíos para un Futuro Sostenible" es un libro fundamental para entender el papel del emprendimiento en el desarrollo turístico sostenible. A través de estudios de caso, análisis teóricos y datos empíricos, la obra ofrece una visión detallada y profunda sobre cómo los emprendedores pueden enfrentar los desafíos actuales y contribuir a un turismo más sostenible y resiliente.